

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN
MUSYARAKAH**

(Studi Pada BMT Syariah Makmur Sukabumi Indah Bandar Lampung)



Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas –Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**

Oleh :

IDA LIZA

NPM : 1351020156

Program Studi : Perbankan Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
1438 H / 2017 M**

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK PEMBIAYAAN
MUSYARAKAH**

(Studi Pada BMT Syariah Makmur Sukabumi Indah Bandar Lampung)

Skripsi

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas –Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Mendapat Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Dalam Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam**



Oleh :

IDA LIZA

NPM: 1351020156

Program Studi : Perbankan Syariah

Pembimbing I : Dr. Asriani, S.H.,M.H.

Pembimbing II : Deki Firmansyah. S.E., M.Si.

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG**

1438 H / 2017 M

ABSTRAK

Baitul Maal Wattamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bait al-mal wa at-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil-bawah dan kecil dengan antara lain mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Pembiayaan musyarakah adalah memberikan pembiayaan untuk modal usaha dan peminjam diwajibkan mengangsur pokok pembiayaan secara berkala dengan memberikan bagi hasil kepada BMT yang besarnya disesuaikan dengan nisbah bagi hasil yang disepakati. Pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur adalah berupa bantuan modal kerja, di mana kedua belah pihak bersama-sama menanamkan modal dengan porsi yang berbeda yang mana nasabah bertindak sebagai pengelola usaha dan BMT sebagai mitra. Dalam praktek pembiayaan pada lembaga keuangan bank maupun nonbank jenis pembiayaan yang banyak digunakan adalah pembiayaan mudharabah, akan tetapi pada BMT Syariah Makmur lebih mengedepankan pembiayaan musyarakah yang memang memberikan bantuan modal kerja bagi mereka yang memang sudah mempunyai usaha dan apabila *mudharib* mengalami kerugian pihak BMT hanya menerima pokok dari pembiayaan dan tidak menerima bagi hasil dari usaha yang dijalankan nasabah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis seberapa berpengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Sukabumi Indah Bandar Lampung. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner, observasi, dan wawancara. Sampel yang digunakan adalah sejumlah 90 responden. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan metode analisis regresi berganda.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel faktor internal dan faktor eksternal secara simultan berpengaruh terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah. Hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $23,450 > 3,10$. Sedangkan berdasarkan uji parsial variabel faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah, hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,628 > 1,987$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sedangkan variabel faktor eksternal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah, hal ini dapat dibuktikan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,589 > 1,987$ dengan nilai signifikansi $0,011 > 0,05$. Hasil pengujian ini menghasilkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,335 hal tersebut berarti 33,5% variabel keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah dipengaruhi variabel faktor internal dan eksternal sedangkan sisanya 66,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jalan Let Kol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Tlp. 0721 7032 89

PERSETUJUAN

**Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PRODUK
PEMBIAYAAN MUSYARAKAH (Studi Pada BMT Syariah
Makmur Sukabumi Indah Bandar Lampung)**

**Nama : Ida Liza
NPM : 1351020156
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN
LAMPUNG**

Pembimbing I

Dr. Asriani, S.H., M.H.
NIP. 19660506 199203 2 001

Pembimbing II

Deki Firmansyah, S.E., M.Si.
NIP. 19870604 201503 1 006

Mengetahui

Ketua Jurusan Perbankan Syariah,

Ahmad Habibi, S.E., M.E.
NIP. 19790514 2003121003



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jalan Let Kol. H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung 35131 Tlp. 0721 7032 89

PENGESAHAN

Skripsi ini berjudul **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah (Studi Pada BMT Syariah Makmur Sukabumi Indah Bandar Lampung)** disusun oleh : **Ida Liza, NPM : 1351020156**, Program Studi : **Perbankan Syari'ah**, telah diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/tanggal : **Rabu, 27 September 2017**

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang : Hanif, S.E., M.M

Sekretaris : Sinta Ayu Purnamasari, M.S.I

Penguji I : Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag

Penguji II : Deki Firmansyah, S.E., M.Si

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung

Dr. Moh. Bahrudin, M. Ag.
NIP. 19580824 198903 1 003

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

“ Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu” (Q.S An-Nisa’ :4 : 29)¹



¹ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah* (PT Syaamil Cipta Media, 2005).h.83.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamin. Dengan menyebut nama Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa, penuh cinta kasihnya yang telah memberikan saya kekuatan, dan telah menuntun dan menyemangatiku menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Ayahku tersayang Bapak Abu Yazid (Alm) dan Ibu tercinta Nila Wati terimakasih ayah ibu atas semangat, dukungan, kesabaran, do'a, nasihat dan kasih sayang yang kalian berikan, semoga Allah selalu memberikan nikmat-Nya kepada ayah ibu.
2. Kakak-kakak ku Irham, Lekat Juwita dan Susilawati yang selalu memberikan semangat kepadaku.
3. Almamaterku tercinta Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang sangat saya banggakan, akan selalu saya jaga nama baiknya.
4. Sahabat-sahabatku Novalia, Elisya Novita, Annisa Shafitri, Wenda, Karimah, Alfiah dan seluruh keluarga besar Perbankan Syariah kelas D dan keluarga besar KKN 184 Fajar Baru yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, terimakasih atas segala dukungan, motivasi, serta semangat dan perhatian yang sangat luarbiasa yang kalian berikan kepada penulis.
5. Seseorang yang selalu memberi semangat dan motivasi serta perhatian yang luar biasa dari awal hingga terselesainya skripsi ini.
6. Teman-teman seluruh angkatan 2013 perbankan syariah, terimakasih telah menjadi sahabat-sahabat yang baik, yang selalu memberikan warna baru dalam setiap harinya.

RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama **Ida Liza** di lahirkan di Rawas, 24 Februari 1995. Anak ke 4 dari 4 bersaudara, dari pasangan Bapak Abu Yazid (Alm) dan Ibu Nila Wati.

Berikut riwayat pendidikan penulis :

1. Pendidikan pertama dimulai dari tingkat pendidikan Sekolah Dasar SDN Rawas pada tahun 2001 dan lulus pada tahun 2007.
2. Di Tingkat Menengah Pertama di SMP Negeri 4 Pesisir Tengah Kabupaten Pesisir Barat dan lulus pada tahun 2010.
3. Di tingkat menengah atas, penulis melanjutkan ke SMK N 1 Pesisir Tengah dan lulus pada tahun 2013.
4. Kemudian pada tahun 2013 penulis melanjutkan kejenjang Perguruan Tinggi yaitu Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan pertama.

KATA PENGANTAR

Bissmilla hrirohmanirrohim

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah S.W.T yang telah mencurahkan karunia dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang sederhana ini, sebagai persyaratan ujian munaqosyah guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Shalawat dan salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada Nabi Muhammad S.A.W sebagai pemimpin risyalah untuk menyelamatkan kehidupan umat manusia baik dunia maupun akhirat. Skripsi ini berjudul : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah (Studi Pada Baitul Maal Wattamwil Syariah Makmur Suka Bumi Indah-Bandar Lampung).

Dalam penyelesaian skripsi ini, banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan sumbangsih pemikiran kepada penulis.
2. Ahmad Habibi, S.E.,M.E. selaku ketua jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang senantiasa mengarahkan dan member motivasi kepada penulis sehingga terselesaikan skripsi ini.

3. Deki Firmansyah, S.E., M.Si. selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan serta kesabarannya selama penulisan skripsi ini.
4. Dr. Asriani, S.H., M.H. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan nasihat serta arahan selama menjadi pembimbing akademik dari semester awal hingga penyelesaian skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
6. Keluarga, sahabat dan teman seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah kelas D Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung angkatan 2013.

Akhir kata, jika penulis ada kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini mohon maaf dan kepada Allah penulis mohon ampun dan perlindungan. Semoga tulisan ini bisa bermanfaat bagi semua.

Bandar Lampung, 1 Agustus 2017

Ida Liza
1351020156

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL..	i
ABSTRAK.	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
MOTTO.	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP.	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL... ..	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	3
C. Latar Belakang Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	9
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.	9
F. Sistematika Penulisan.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Keputusan Nasabah	12
1. Pengertian Pengambilan Keputusan.....	12
2. Tahap-Tahap Proses Pengambilan Keputusan... ..	13
3. Tipe-Tipe Pengambilan Keputusan... ..	16
4. Kriteria Etika Dalam Pengambilan Keputusan... ..	17
5. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan.....	19

6. Teori AIDDA.....	21
B. Pembiayaan Musyarakah.....	23
1. Pengertian Pembiayaan Musyarakah	23
2. Dasar Hukum Pembiayaan Musyarakah	24
3. Rukun dan Syarat Pembiayaan Musyarakah.....	28
a. Rukun Musyarakah	28
b. Syarat-syarat Pembiayaan Musyarakah	29
4. Jenis-Jenis Musyarakah.....	30
C. Baitul Maal Wattamwil (BMT).....	33
1. Pengertian BMT.....	33
2. Badan Hukum BMT.....	33
a. Dalam Bentuk KSM	34
b. Dalam Bentuk Koperasi	34
3. Fungsi BMT.....	35
4. Prinsip Operasi BMT	36
a. Prinsip dasar BMT	36
5. Prinsip-prinsip Analisis Pembiayaan BMT.....	38
6. Produk Pembiayaan BMT	39
7. Produk Penghimpun Dana BMT.....	43
D. Penelitian Terdahulu	44
E. Kerangka Pemikiran.....	47
F. Hipotesis.....	49

BAB III METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian.....	51
B. Jenis Penelitian Dan Sifat Penelitian.....	51
1. Jenis Penelitian.....	51
2. Sifat Penelitian.....	51
C. Sumber Data.....	52

1. Data Primer.....	52
2. Data Sekunder.....	52
D. Populasi Dan Sample.....	53
1. Populasi	53
2. Sampel.....	54
E. Metode Pengumpulan Data.....	55
1. Metode Observasi.....	56
2. Wawancara (Interview).....	56
3. Kuesioner (Angket).....	56
F. Definisi Operasional Variabel.....	57
1. Variabel Dependen.....	57
2. Variabel Independen.....	58
G. Skala Pengukuran.....	62
H. Metode Analisa Data.....	63
1. Analisis Uji Instrumen.....	63
a. Uji Validitas.....	64
b. Uji Reliabilitas.....	66
2. Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	67
a. Uji Normalitas.....	67
b. Uji Multikoloniaritas.....	68
c. Uji Heteroskedasitas.....	68
3. Alat Pengujian Hipotesis.....	69
a. Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
b. Uji Signifikansi Parameter (Uji t).....	69
c. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	70
d. Koefisien Determinasi (R^2).....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Objek Penelitian.....	71
1. Sejarah BMT Syariah Makmur	71
2. Visi, Misi, Dan Tujuan BMT Syariah Makmur	72
3. Secara Organisasi Tujuan BMT Syariah Makmur	73
4. Kelembagaan BMT Syariah Makmur	73
5. Susunan Pengurus dan Pengelola BMT Syariah Makmur.....	74
6. Produk BMT Syariah Makmur.	75
7. Hasil Data Penelitian.	75
8. Analisa Data	81
9. Pembahasan Penelitian.	102

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.

A. Kesimpulan.....	110
B. Saran.....	112

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 :	Daftar perkembangan jumlah akad pembiayaan BMT	6
Tabel 2.3 :	Penelitian terdahulu.....	44
Tabel 3.1 :	Daftar Nasabah BMT Syariah Makmur.	53
Tabel 3.2 :	Definisi Operasional Variabel.	58
Tabel 3.3 :	Skala Pengukuran.	63
Tabel 3.4 :	Uji validitas variabel X_1	65
Tabel 3.5 :	Uji validitas variabel X_2	65
Tabel 3.6 :	Uji validitas variabel Y.....	66
Tabel 3.7 :	Uji reliabilitas.....	67
Tabel 4.1 :	Distribusi jawaban responden berdasarkan nasabah BMT Syariah Makmur	76
Tabel 4.2 :	Distribusi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin.....	76
Tabel 4.3 :	Distribusi jawaban responden berdasarkan pekerjaan.....	77
Tabel 4.4 :	Distribusi jawaban responden berdasarkan penghasilan.....	78
Tabel 4.5 :	Distribusi jawaban responden berdasarkan berapa lama menjadi nasabah BMT Syariah Makmur.....	78
Tabel 4.6 :	Distribusi jawaban responden berdasarkan banyaknya menggunakan produk pembiayaan musyarakah.....	79
Tabel 4.7 :	Distribusi jawaban responden berdasarkan sumber informasi produk pembiayaan musyarakah.....	80
Tabel 4.8 :	Keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan musyarakah karena adanya persepsi atas iklan yang terdapat di brosur.....	81
Tabel 4.9 :	Jenis produk yang sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan dibanding produk lain	82
Tabel 4.10 :	Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan pada bmt syariah makmur.....	82
Tabel 4.11 :	Kemudahan nasabah dalam mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur.....	83
Tabel 4.12 :	Menggunakan jasa pembiayaan musyarakah adalah dorongan kebutuhan.....	83
Tabel 4.13 :	Menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur sesuai dengan pekerjaan.....	84
Tabel 4.14 :	Pengajuan pembiayaan musyarakah berdasarkan keadaan ekonomi	85
Tabel 4.15 :	Kondisi ekonomi yang kurang baik menjadi alasan dalam mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur	85
Tabel 4.16 :	Pengajuan pembiayaan Pada BMT Syariah Makmur karena faktor usia dan tahap siklus hidup	86
Tabel 4.17 :	Minat masyarakat terhadap pembiayaan BMT Syariah Makmur.....	87
Tabel 4.18 :	Pengajuan pembiayaan karena angsuran sesuai dengan kemampuan saya	87
Tabel 4.19 :	Kebiasaan nasabah dalam mengajukan pembiayaan	88

Tabel 4.20 :	Pengajuan pembiayaan karena pengaruh dari rekan kerja	88
Tabel 4.21 :	Pengajuan pembiayaan berdasarkan pengaruh keluarga	89
Tabel 4.22 :	Saya tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.....	90
Tabel 4.23 :	Saya tertarik mencari informasi lebih jauh mengenai keunggulan BMT Syariah Makmur	90
Tabel 4.24 :	Saya ingin menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur	91
Tabel 4.25 :	Keputusan (kepercayaan) untuk menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur	92
Tabel 4.26 :	Saya merasa tepat menjadi nasabah pada BMT Syariah Makmur.....	92
Tabel 4.27 :	Hasil Uji Normalitas (Uji <i>Kolmogrov-Smirnov</i>)	93
Tabel 4.28 :	Hasil Uji Multikolinieritas (Uji <i>Tolerance</i> dan VIF)	94
Tabel 4.29 :	Hasil Uji Heterokedastisitas (Uji <i>Glejser</i>)	95
Tabel 4.30 :	Hasil Uji Regresi Berganda	96
Tabel 4.31 :	Hasil Uji F	98
Tabel 4.32 :	Hasil Uji t Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan	99
Tabel 4.33 :	Hasil Uji t Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah.....	100
Tabel 4.34 :	Hasil Uji Determinasi (R^2)	101



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Uji SPSS 20

Lampiran 2 : Data Distribusi Jawaban Responden

Lampiran 3 : Surat Pra Riset ke BMT Syariah Makmur

Lampiran 4 : Surat Riset ke BMT Syariah Makmur

Lampiran 5 : Surat Terima Riset Dari BMT Syariah Makmur

Lampiran 6 : SK Pembimbing

Lampiran 7 : Daftar Pertanyaan Kuesioner



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Tahap-tahap Proses Pembelian ..	13
Gambar 2.2 : Teori AIDDA.	23
Gambar 2.3 : Skema Kerangka Berpikir.	48



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan judul

Skripsi ini berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah” (Studi Pada Baitul Maal Wattamwil Syariah Makmur Suka Bumi Indah Bandar Lampung)**. Sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca. Adanya pembatasan terhadap arti kalimat dalam penulisan ini dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud.

1. Analisis adalah proses untuk mengetahui dan memahami fenomena suatu objek dengan memanfaatkan berbagai informasi yang tersedia.¹
2. Faktor-faktor adalah hal yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu.²
3. Pengambilan Keputusan adalah proses interaksi antara sikap efektif, sikap kognitif dan sikap behavioral dan faktor lingkungan dengan mana manusia melakukan pertukaran dalam semua aspek kehidupannya.³

¹Ridwansyah, *Pendidikan Dasar Perbankan Syariah*, kumpulan diklat pembiayaan Lampung, 2009, h. 3

²Darminta Poerwa, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* (PN. Balai Pustaka, Jakarta : 1997), h. 39

³ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung : Alfabeta, 2012), h. 195.

4. Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.⁴
5. Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.⁵
6. Pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dipersamakan dengan itu berupa : transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah, transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah, transaksi jual beli dalam bentuk salam dan istishna', dan transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang.⁶
7. Musyarakah adalah akad kerja sama dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.⁷BMT (Baitul Maal Wattamwil) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infak, dan shodaqoh. Sedangkan *baitul tamwil* sebagai pengumpulan dana dan penyaluran dana komersial.⁸

⁴ Undang-undang RI no 7 tahun 1992 tentang perbankan

⁵Philip kotler,A.B. Susanto,*Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat,2001),h. 560

⁶Undang-Undang Republik Indonesia No 21 tahun 2008 tentang Perbankan.

⁷Nurul Huda, Purnama Putra,dkk. *Baitul Maal wattamwil* (Jakarta : AMZAH, 2016),h. 105.

⁸ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah deskripsi dan ilustrasi* (Yogyakarta : Ekonisia, 2008), h. 103.

Berdasarkan uraian pokok-pokok judul diatas, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dalam judul ini adalah penyelidikan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada Baitul Maal Wattamwil Syariah Makmur Suka Bumi Indah Kota Bandar Lampung.

B. Alasan memilih judul

Adapun alasan penulis memilih judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

Secara objektif peneliti ingin melakukan penelitian tersebut karena melihat banyaknya produk pembiayaan yang ada pada BMT Syariah Makmur sangat potensial akan tetapi kenyataannya produk pembiayaan musyarakah mendapatkan perhatian lebih dimata masyarakat sehingga menarik minat nasabah untuk menggunakan jasa pembiayaan dengan akad musyarakah.

2. Alasan Subjektif

- a. Pembahasan ini sesuai dengan jurusan yang penulis tekuni, di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam jurusan perbankan syari'ah.
- b. Tersedianya berbagai literatur yang memadai sehingga penulis berkeyakinan bahwa penelitian ini dapat diselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.
- c. Selanjutnya penulis ingin mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk

pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Suka Bumi, Bandar Lampung.

C. Latar Belakang Masalah

BMT (Baitul Maal Wattamwil) terdiri dari dua istilah, yaitu *baitul maal* dan *baitul tamwil*. *Baitul maal* lebih mengarah pada usaha-usaha pengumpulan dan penyaluran dana yang non profit, seperti zakat, infak, dan shodaqoh. Sedangkan *baitul tamwil* sebagai pengumpulan dana dan penyaluran dana komersial.⁹ BMT adalah lembaga ekonomi atau keuangan syariah nonperbankan yang sifatnya informal karena lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya. Sebagai lembaga keuangan, ia bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) dan menyalurkannya kepada masyarakat (anggota BMT).¹⁰

BMT dalam pelaksanaan tugasnya tidak terlepas dari penghimpun dana dan penyalur dana. Dua fungsi ini merupakan bagian dari fungsi manajemen BMT, agar usaha BMT menjadi lebih berkembang, pengurus harus memiliki kemampuan dan strategi pendanaan yang jitu. Dalam hal manajemen penghimpunan, prinsip utama yang paling penting adalah bagaimana menimbulkan kepercayaan dari masyarakat terhadap BMT dan hal ini berkaitan erat dengan kinerja. Penyaluran dana dalam BMT adalah suatu transaksi penyediaan dana kepada anggota atau calon anggota yang

⁹ Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syari'ah deskripsi dan ilustrasi* (Yogyakarta : Ekonisia, 2008), h. 103.

¹⁰Nurul Huda,Purnama Putra,dkk, *Baitul Maal wattamwil* (Jakarta : AMZAH, 2016), h.35

tidak bertentangan dengan syariah, juga tidak termasuk jenis penyaluran dana yang dilarang secara hukum positif. Penyaluran dana memiliki fungsi meningkatkan daya guna, peredaran dan lalu lintas uang anggota atau calon anggota, meningkatkan aktivitas investasi BMT dan sebagai sumber pendapatan terbesar BMT. Dalam mengelola dana anggota, BMT harus memiliki komitmen dan integritas terhadap prinsip muamalah. Oleh karena itu, dalam proses penyalurannya harus diawasi serta memperhitungkan prinsip kehati-hatian secara sehat dan benar. Penyaluran dana oleh BMT ini dapat dibedakan berdasarkan tujuan penggunaan dan jenis pembiayaan. Pembiayaan modal kerja, pembiayaan investasi, dan pembiayaan multiguna.¹¹

BMT Syariah Makmur didirikan dengan maksud untuk berperan serta membantu usaha mikro dibidang permodalan. Usaha mikro untuk masyarakat bawah selama ini masih belum tercover oleh lembaga perbankan yang ada sehingga umumnya kesulitan dalam memperoleh pinjaman modal kerja. Sehingga pelaku usaha mikro dalam memenuhi kebutuhan permodalan banyak yang diperoleh dari rentenir dengan suku bunga yang cukup tinggi. BMT Syariah Makmur dalam melayani anggota baik dalam bentuk simpanan maupun pembiayaan dilakukan dengan pola syariah. Dengan dilandasi oleh semangat untuk berperan serta dalam perjuangan membangun ekonomi syariah, maka para anggota bersepakat untuk mengembangkan BMT Syariah Makmur ini sehingga dapat berperan

¹¹ Nurul Huda, Purnama Putra, dkk. *OP. Cit*, h. 79

membantu permodalan usaha kecil mikro yang tidak terjangkau oleh fasilitas lembaga perbankan.¹²

Tabel 1.1
Perkembangan jumlah akad pembiayaan tahun 2012-2015

tahun	Jenis Pembiayaan						
	Mudharabah	Bai' Bitsaman Ajil	Murabahah	Musyarakah	qard	Rahn	Ijarah
2012	1	39	3	299	5	0	0
2013	0	4	25	281	3	0	0
2014	17	0	36	442	2	0	18
2015	12	0	19	258	1	2	20

Sumber : laporan pertanggungjawaban pengurus KSPPS BMT Syariah Makmur.

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa pembiayaan yang paling banyak dilakukan oleh nasabah adalah pembiayaan musyarakah dengan jumlah akad sebesar 1.280 akad. Hal ini menunjukkan bahwa permintaan masyarakat akan kebutuhan modal juga meningkat. Masyarakat menyadari akan pentingnya keberadaan BMT Syariah Makmur dalam meningkatkan ekonomi baik untuk menyimpan atau melakukan pembiayaan.

Besarnya minat masyarakat terhadap pembiayaan musyarakah, sejalan dengan perkembangan ekonomi saat ini. Tingginya angka pertumbuhan perekonomian tentu saja diikuti pula dengan tingginya kebutuhan akan sumber daya manusia, disinilah BMT Syariah Makmur berperan sebagai lembaga keuangan nonbank yang memberikan pembiayaan berupa bantuan modal kerja bagi mereka yang memang sudah mempunyai usaha, dengan demikian akad pembiayaan yang diberikan adalah pembiayaan musyarakah dengan jumlah nasabah pembiayaan pada

¹²Laporan pertanggungjawaban pengurus KSPPS BMT Syariah Makmur tahun 2015

saat ini adalah sebanyak 256 orang dan dengan total realisasi pembiayaan sebesar Rp 747.173.000. Berdasarkan minat masyarakat terhadap pembiayaan musyarakah itulah peneliti juga ingin melihat apakah peningkatan minat masyarakat tersebut akan berdampak terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Pembiayaan musyarakah adalah memberikan pembiayaan untuk modal usaha dan peminjam diwajibkan mengangsur pokok pembiayaan secara berkala dengan memberikan bagi hasil kepada BMT yang besarnya disesuaikan dengan nisbah bagi hasil yang disepakati dari keuntungan yang didapat dan ini berarti bagi hasil yang diterima BMT tergantung pada besarnya hasil yang diperoleh peminjam. Pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur adalah berupa bantuan modal kerja, di mana kedua belah pihak bersama-sama menanamkan modal dengan porsi yang berbeda yang mana nasabah bertindak sebagai pengelola usaha dan BMT sebagai mitra.¹³

Fenomenanya dalam praktek pembiayaan pada lembaga keuangan bank maupun nonbank jenis pembiayaan yang banyak digunakan adalah pembiayaan mudharabah, akan tetapi pada BMT Syariah Makmur lebih mengedapankan pembiayaan musyarakah yang memang memberikan bantuan modal kerja bagi mereka yang memang sudah mempunyai usaha dan apabila *mudharib* mengalami kerugian pihak BMT hanya menerima

¹³Loc. Cit, Laporan pertanggungjawaban pengurus KSPPS BMT Syariah Makmur tahun 2015

pokok dari pembiayaan dan tidak menerima bagi hasil dari usaha yang dijalankan nasabah. Secara rasional, seorang nasabah selalu berusaha menggapai nilai tertinggi dari segenap peluang dan manfaat yang tersedia sesuai dengan kapasitasnya dan kemampuan untuk mengembalikan pinjaman. Nasabah akan menggunakan jasa tergantung tingkat pendapatan, dorongan kebutuhan, jenis produk yang menguntungkan, dan kemudahan yang diberikan oleh jasa tersebut. Karena sebagian nasabah BMT Syariah Makmur adalah mayoritas pedagang yang selalu membutuhkan modal untuk menjalankan usahanya.¹⁴

Hasil penelitian yang sebelumnya menemukan bahwa motivasi nasabah memilih pembiayaan pada BMT adalah pembiayaan tanpa bunga, adanya label syariah, produk pembiayaan yang sesuai kebutuhan, pemberian modal, pelayanan yang aman dan nyaman, sistem kerja syariah yang senantiasa melayani nasabah.¹⁵ Penelitian Abdul Rofiq, Zainul Arifin dan Wilopo, menunjukkan bahwa dari keempat variabel AIDDA secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap produk indosat IM3.¹⁶

Dari pemaparan diatas, maka dalam kesempatan ini, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih pembiayaan musyarakah

¹⁴Hasil wawancara kepada bagian Administrasi, pada hari senin tanggal 10 April 2017 pukul 15.00 wib.

¹⁵ Sandi Wahyudi, *Motivasi Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Syariah pada BMT Tinelo Sejahtera*.

¹⁶Abdul Rofiq, Zainul Arifin dan Wilopo, pengaruh penerapan aida (*attention, interest, desire, action*) terhadap keputusan pembelian (survei pada pembeli kartu perdana im3 di lingkungan mahasiswa fakultas ilmu administrasi universitas brawijaya angkatan 2012).

pada BMT Syariah Makmur. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah (Studi Pada BMT Syariah Makmur Suka Bumi Indah, Bandar Lampung)**”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan untuk memperjelas arah penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh faktor internal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung?
2. Bagaimana pengaruh faktor eksternal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung?
3. Bagaimana pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor internal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor eksternal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan yang ada di BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor internal dan eksternal secara bersama-sama terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis

Sebagai sumber pemikiran dalam ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ilmu perbankan mengenai produk-produk yang ada dalam lembaga keuangan syari'ah.

- b. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas cakrawala wawasan pengetahuan bagi perkembangan wacana perbankan yang berkaitan dengan keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan yang ada dalam lembaga keuangan syari'ah.

F. Sistematika Penulisan

Adapun garis besar sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II. LANDASAN TEORI

Tinjauan pustaka menerangkan mengenai pengertian bank syariah, pengambilan keputusan, pembiayaan, musyarakah, kerangka pemikiran dan hipotesis yang memuat jawaban sementara atas masalah.

BAB III. METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisi mengenai jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, teknik analisa data.

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis data berisi hasil penelitian berupa gambaran umum obyek penelitian dan responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis data penelitian dan pembahasan.

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan menjelaskan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang disajikan secara singkat dan jelas. Sedangkan saran berisi himbauan penulis kepada pembaca atau agar saran yang diuraikan dapat memberikan pengetahuan dan manfaat serta dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Nasabah

1. Pengertian Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya. Proses tersebut meliputi penganalisaan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian dan seleksi terhadap alternatif yang ada, keputusan untuk memilih, dan perilaku setelah pemilihan.¹⁷

Pada hakekatnya, pengambilan keputusan adalah suatu pendekatan yang sistematis terhadap hakekat suatu masalah, pengumpulan fakta-fakta dan data, penentuan yang matang dari alternatif yang dihadapi dan pengambilan tindakan yang menurut perhitungan merupakan tindakan yang paling tepat.¹⁸

Berdasarkan dari pernyataan diatas secara garis besar pengambilan keputusan memiliki beberapa tahap seperti pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Untuk memahami lima tahap tersebut maka akan diuraikan sebagai berikut :

¹⁷Husein Umar, *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), h. 83

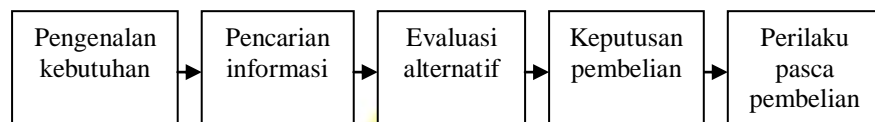
¹⁸ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid Satu* (Jakarta : Erlangga, 2008), h. 267

2. Tahap-tahap Proses Pengambilan Keputusan

Proses pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan berlanjut dalam waktu yang lama setelah pembelian. Pemasar harus memusatkan perhatian pada keseluruhan proses pembelian dan bukan hanya keputusan pembelian.¹⁹

Berikut ini menggambarkan proses pengambilan keputusan nasabah :

Tahap- tahap proses pembelian



Gambar 2.1 (sumber : Philip Kotler, 2008 : 179)

Gambar 2.1 memperlihatkan bahwa konsumen melewati seluruh lima tahap itu untuk semua pembelian yang dilakukannya. Tetapi dalam pembelian yang lebih rutin konsumen sering menghilangkan atau membalik urutan tahap ini. Meskipun demikian, kita menggunakan model gambar itu memperlihatkan semua pertimbangan yang timbul ketika seseorang konsumen menghadapi situasi pembelian yang baru dan kompleks.

a. Pengenalan kebutuhan

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan merupakan pembeli menyadari suatu kebutuhan dan masalah. Kebutuhan dapat dipicu dengan rangsangan *internal* ketika salah satu kebutuhan normal seseorang (ekonomi) timbul pada saat tingkat yang cukup tinggi sehingga menjadi dorongan. Kebutuhan juga bisa dipicu

¹⁹*Ibid* , h. 179

oleh rangsangan *eksternal* (iklan dan diskusi dengan teman). Pada tahap ini, pemasar harus meneliti konsumen untuk menemukan jenis kebutuhan atau masalah apa yang timbul, apa yang menyebabkannya, dan bagaimana masalah itu bisa mengarahkan konsumen pada produk tertentu ini.²⁰

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam proses pengenalan kebutuhan proses pembelian dapat dipengaruhi oleh rangsangan *internal* dan rangsangan *eksternal*. Maka, pemasar harus meneliti untuk mengetahui jenis kebutuhan konsumen agar mengarah pada produk yang dipasarkan.

b. Pencarian informasi

Konsumen yang tertarik mungkin mencari informasi atau mungkin tidak. Jika dorongan konsumen itu kuat dan produk yang memuaskan ada di dekat konsumen itu, konsumen akan membelinya kemudian. Jika tidak, konsumen bisa menyimpan kebutuhan itu dalam ingatannya atau melakukan pencarian informasi yang berhubungan dengan kebutuhan.²¹

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk jika jenis produk yang ada dapat memenuhi kebutuhan.

²⁰*Ibid*, h. 179-180

²¹*Ibid*, h. 180

c. Evaluasi alternatif

Tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan.²² Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah berdasarkan sumber informasi yang didapat.

d. Keputusan pembelian

Pada umumnya keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai atau keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli, tetapi ada dua faktor bisa berada antara niat pembeli (sikap orang lain) dan keputusan pembelian (faktor situasi yang tidak diharapkan seperti harga, pendapatan, dan manfaat produk yang diharapkan).²³

e. Perilaku pascapembelian

Pekerjaan pemasar tidak berakhir ketika produk telah dibeli. Setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas dan tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian yaitu tahap proses keputusan pembeli dimana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan dan ketidakpuasan. Jawabnya terletak pada hubungan antara *ekspektasi* konsumen dan kinerja anggapan produk. Jika produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen

²²*Ibid*, h. 180

²³*Ibid*,h. 181

kecewa, jika produk memenuhi ekspektasi konsumen, konsumen puas, jika produk melebihi ekspektasi, konsumen sangat puas.

3. Tipe – Tipe Pengambilan Keputusan

Para peneliti dalam bidang pengambilan keputusan telah mengembangkan beberapa klasifikasi tipe keputusan. Simon membedakan dua tipe keputusan :

- a. *Keputusan terprogram*, jika bersifat berulang, rutin, dan memiliki prosedur penanganan yang baku.
- b. *Keputusan tidak terprogram*, ketika benar-benar baru dan belum terstruktur. Tidak ada prosedur yang pasti dalam menangani masalah tersebut, baik karena belum pernah ditemukan situasi yang sama sebelumnya, atau karena bersifat sangat kompleks atau sangat penting.²⁴

Berdasarkan dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa tipe keputusan memiliki sifat yang terprogram dan tidak terprogram, yaitu yang memiliki prosedur penanganan yang baku dan benar-benar terstruktur.

- c. Keputusan-keputusan dengan kepastian, resiko, dan ketidakpastian.
- Para manajer membuat keputusan sekarang adalah bagi kegiatan yang akan dilaksanakan dan tujuan yang akan dicapai di waktu yang akan datang. Situasi-situasi pembuatan keputusan ini menyangkut berbagai aspek yang tidak dapat diketahui dan sulit

²⁴ John M. Ivancevich, Robert Konopaske,dkk, *Perilaku dan Manajemen Organisasi* (Penerbit Erlangga, 2006), h. 159

diperkirakan, seperti reaksi pesaing tertentu, atau tingkat inflasi tiga tahun mendatang. Tingkat ketidakpastian dalam berbagai situasi akan berbeda-beda oleh karena itu, manajer akan menghadapi tiga macam situasi : kepastian, resiko, dan ketidakpastian.²⁵

4. Kriteria Etika Dalam Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dalam organisasi dapat menggunakan beberapa kriteria pengambilan keputusan beretika atas paham manfaat (*utilitarianism*), fokus atas hak (*rights*), berdasarkan atas keadilan (*justice*), fokus terhadap pemenuhan kewajiban (*obligations*), dan atas pandangan efek reputasi (*reputation effect*).²⁶

a. Paham manfaat

Kriteria yang pertama berdasarkan semata-mata atas hasil atau konsekuensi dari sebuah keputusan. Paham manfaat ini menunjukkan bahwa suatu keputusan dibuat untuk menghasilkan kebaikan/manfaat.²⁷

b. Fokus pemenuhan hak

Pengambilan keputusan yang berlandaskan atas etika menurut pandangan ini menandakan bahwa proses pengambilan keputusan, sebuah keputusan, harus memberikan tempat bagi penghargaan dan perlindungan (*respecting and protecting*) atas hak mendasar individu. Dimana hak-hak tersebut dapat berupa hak atas

²⁵ Ikhwani Gusri Mayanti, 2015, Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Ekonomi Islam Tahun Angkatan 2014 Fakultas FEBI Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

²⁶ Rizky Dermawan, *Pengambilan Keputusan* (Bandung : Alfabeta, 2013), h. 141.

²⁷ *Ibid*, h. 141

kebebasan pribadi, kemerdekaan untuk mengemukakan pendapat, dan hak untuk mendapatkan perlakuan dan lingkungan kerja yang layak.

c. Berdasarkan pertimbangan keadilan

Proses pengambilan keputusan yang berlangsung di organisasi dilakukan dengan menekankan pada pentingnya penerapan aturan main yang jelas, adil, dan tidak memihak satu pihak tertentu. Menurut pandangan ini etika dalam pengambilan keputusan merupakan kasus penentuan posisi yang tepat mengenai bagaimana sebuah keputusan akan menghasilkan keseimbangan distribusi manfaat/keuntungan dan juga biaya dan juga resiko, secara merata diseluruh organisasi.

d. Fokus pemenuhan kewajiban

Organisasi didirikan untuk memenuhi dua tujuan; pencapaian tujuan pribadi dan tujuan sosial/umum. Pandangan kedua menghasilkan konsep *social/corporate responsibility*. Organisasi yang efektif dapat dipastikan memiliki kemampuan tinggi dalam menyeimbangkan pencapaian dua tujuan. Tanggung jawab organisasi terhadap masyarakat sesungguhnya sama besar nilainya dengan tanggung jawab mereka terhadap pemilik organisasi.

e. Pandangan terhadap efek reputasi

Salah satu pengaruh penting penerapan pertimbangan etika dalam pengambilan keputusan adalah untuk meraih efek reputasi organisasi. Kriteria ini tidak terlalu jauh berbeda dengan kriteria pemenuhan hak, keadilan, dan tanggung jawab sosial.²⁸

5. Faktor-Faktor Pengambilan Keputusan

Masalah pengambilan keputusan terletak dari pengaturan tentang bagaimana tujuan yang hendak kita capai itu terwujud, dengan melalui dukungan informasi, data yang terolah secara akurat. Pengambilan keputusan menandakan kondisi dimana terdapat tujuan (visi dan misi) yang hendak dicapai, tindakan manusia untuk mencapainya, sejumlah hambatan, kelangkaan, ketidakpastian, dan resiko, serta terdapatnya sejumlah peristiwa lain hasil tindakan pelaku lainnya, seperti konjungsi kegiatan ekonomi. Faktor tujuan dan tindakan serta kelangkaan dapat dimasukkan dalam *faktor-faktor internal* dari pengambilan keputusan. Sedangkan faktor lainnya dikategorikan sebagai *faktor eksternal* yang berasal dari lingkungan.²⁹

a. Faktor individual (*internal*)

- 1) Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi

²⁸*Ibid*, h 144

²⁹*Ibid*, h. 24.

juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi dalam setiap diri kita.³⁰

- 2) Sikap didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh, intensitas, dukungan dan kepercayaan adalah sifat penting dari sikap. Pencarian informasi dan evaluasi yang luas atas berbagai kemungkinan akan menghasilkan pembentukan suatu sikap terhadap alternatif-alternatif yang dipertimbangkan.
- 3) Kepribadian diartikan sebagai respon yang konsisten terhadap stimulus lingkungan. Kepribadian seseorang akan menentukan bagaimana seseorang mengkonsumsi suatu produk.³¹
- 4) Motivasi adalah tenaga pendorong dalam diri individu yang membuat konsumen bertindak. Indikator motivasi terdiri atas intrinsik (dari dalam) didefinisikan sebagai tenaga pendorong konsumen yang berasal dari diri konsumen.³²

b. Faktor lingkungan (*eksternal*)

- 1) Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Melalui keluarga dan institusi utama lainnya, setiap budaya terdiri dari beberapa subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis. Budaya adalah

³⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasara* (Jakarta : Erlangga, 2008).h. 179

³¹ *Ibid.*h.174

³² Rifa'atul Mahmudah, Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Internal Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket Lima-Lima Benowo Surabaya Fakultas Ekonomi, Unesa, Kampus Ketintang

keseluruhan kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan yang dipelajari yang mampu mengarahkan perilaku konsumen para masyarakat tertentu.³³

- 2) Sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Status sosial menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.³⁴
- 3) Demografi, karakteristik demografi seperti usia, pendapatan dan pendidikan juga membedakan bagaimana seseorang terlibat dalam pengambilan keputusan konsumen.³⁵

6. Teori AIDDA

Menurut Kotler & Amstrong dalam Jurnal Fitrohmana Shofian mengemukakan bahwa *attention* daya tarik iklan mempunyai tiga aspek meliputi, isi pesan yang disampaikan dalam iklan, frekuensi penayangan iklan, dan visualisasi iklan. Assael dalam Jurnal Fitrohmana Shofian menjelaskan *interest*, yaitu munculnya minat beli konsumen tertarik terhadap objek yang dikenalkan oleh suatu pemasar. Hal tersebut meliputi efektivitas media yang digunakan, persepsi konsumen mengenai produk setelah iklan ditampilkan, dan kejelasan pesan.

Handoyo dalam Jurnal Fitrohmana Shofian menjelaskan *desire* yaitu bagaimana cara iklan menggerakkan keinginan konsumen memiliki dan

³³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta : Erlangga, 2008).h. 166

³⁴ *Ibid.* h. 170

³⁵ *Ibid.* h. 236

menikmati produk. *Action* adalah upaya untuk membujuk calon pembeli agar sesegera mungkin melakukan tindakan pembelian yang diharapkan pada tindakan pembelian nyata.³⁶

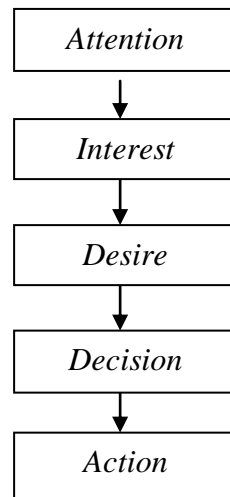
Menurut Effendy (2003: 305), AIDDA adalah akronim dari kata-kata *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (hasrat), *Decision* (keputusan), *Action* (tindakan/kegiatan). Adapun keterangan dari elemen-elemen tersebut adalah:³⁷

- a. Perhatian (*Attention*) : Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.
- b. Ketertarikan (*Interest*) : Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang sesuatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen.
- c. Keinginan (*Desire*) : Kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.
- d. Keputusan (*Decision*) : Kepercayaan untuk melakukan suatu hal.
- e. Tindakan (*Action*) : Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.

³⁶Fitrohmana Shofian , *Efektivitas Metode Attention, Interest, Desire, Action (AIDA) Dalam Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk PT. Djarum* (Djarum Super), Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang-Indonesia

³⁷<https://www.google.co.id/search=teori+aidda+effendy+ilmu+komunikasi+teori+dan+praktek>, Diakses pada tanggal 20 Maret 2017 pukul 13.45 WIB

Model Teori AIDDA



Gambar 2.2 (Sumber: Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek)

B. Pembiayaan Musyarakah

1. Pengertian Pembiayaan Musyarakah

Dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah pengertian pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu berupa : transaksi bagi hasil dalam bentuk *mudharabah* dan *musyarakah*, transaksi sewa-menyewa dalam bentuk *ijarah* atau sewa beli dalam bentuk *ijarah muntahiya bittamlik*, transaksi jual beli dalam bentuk piutang *murabahah*, *salam*, dan *istishna'*, transaksi pinjam meminjam dalam bentuk piutang *qardh*, dan transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk *ijarah* untuk transaksi multijasa.³⁸

Musyarakah adalah produk finansial syariah yang berbasis kemitraan sebagaimana halnya *mudharabah*. Namun kedua produk finansial tersebut memiliki ciri-ciri atau syarat-syarat yang berbeda.

³⁸ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 82

Pada pembiayaan musyarakah, bank dan calon nasabah bersepakat untuk bergabung dalam suatu kemitraan (*partnership*) dalam jangka waktu tertentu. Kedua belah pihak menempatkan modal untuk membiayai suatu proyek dan sepakat untuk membagi keuntungan bersih secara proporsional yang ditentukan diawal akad.

Dalam musyarakah terdapat dua atau lebih mitra yang memasukkan modal guna membiayai suatu investasi. Dalam perbankan, bank yang memberikan fasilitas musyarakah kepada nasabahnya untuk berpartisipasi dalam suatu proyek yang baru atau dalam suatu perusahaan yang telah berdiri dengan cara membeli saham (*equity shares*) dari perusahaan tersebut.³⁹

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pembiayaan adalah penyediaan dana atau tagihan. Salah satunya pembiayaan dengan akad musyarakah yaitu kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana bank sebagai mitra yang memeberikan bantuan modal kepada nasabah untuk berpartisipasi dalam suatu usaha yang telah didirikan oleh nasabah.

2. Dasar Hukum Pembiayaan Musyarakah

Dalam prakteknya, Musyarakah sebagai bagian dari prinsip ekonomi syariah mempunyai landasan hukum yang tertera pada Al Qur'an, hadits, dan Fatwa DSN.

³⁹Sutan Remy Sjahdini. *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya* (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014),h. 329.

a. Qur'an surat An- Nisa : 5:12

﴿ وَلَكُمْ نِصْفُ مَا تَرَكَ أَزْوَاجُكُمْ إِنْ لَمْ يَكُنْ لَهُنَّ وَلَدٌ فَإِنْ كَانَ لَهُنَّ وَلَدٌ فَلَكُمْ أَلْرُبْعُ مِمَّا تَرَكَنَّ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصِينَ بِهَا أَوْ دَيْنٍ وَلَهُنَّ أَلْرُبْعُ مِمَّا تَرَكَتُمْ إِنْ لَمْ يَكُنْ لَكُمْ وَلَدٌ فَإِنْ كَانَ لَكُمْ وَلَدٌ فَلَهُنَّ الثُّمْنُ مِمَّا تَرَكَتُمْ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ تُوصُونَ بِهَا أَوْ دَيْنٍ وَإِنْ كَانَ رَجُلٌ يُورَثُ كَلَلَةً أَوْ امْرَأَةً وَلَهُ أَخٌ أَوْ أُخْتٌ فَلِكُلِّ وَاحِدٍ مِّنْهُمَا السُّدُسُ فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصَى بِهَا أَوْ دَيْنٍ غَيْرِ مُضَارٍّ وَصِيَّةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَلِيمٌ ﴾

Artinya :

“Dan bagimu (suami-suami) seperdua dari harta yang ditinggalkan oleh isteri-isterimu, jika mereka tidak mempunyai anak. Jika isteri-isterimu itu mempunyai anak, maka kamu mendapat seperempat dari harta yang ditinggalkannya sesudah dipenuhi wasiat yang mereka buat atau (dan) sesudah dibayar hutangnya. Para isteri memperoleh seperempat harta yang kamu tinggalkan jika kamu tidak mempunyai anak. Jika kamu mempunyai anak, maka para isteri memperoleh seperdelapan dari harta yang kamu tinggalkan sesudah dipenuhi wasiat yang kamu buat atau (dan) sesudah dibayar hutang-hutangmu. Jika seseorang mati, baik laki-laki maupun perempuan yang tidak meninggalkan ayah dan tidak meninggalkan anak, tetapi mempunyai seorang saudara laki-laki (seibu saja) atau seorang saudara perempuan (seibu saja), maka bagi masing-masing dari kedua jenis saudara itu seperenam harta. Tetapi jika saudara-saudara seibu itu lebih dari seorang, maka mereka bersekutu dalam yang sepertiga itu, sesudah dipenuhi wasiat yang dibuat olehnya atau sesudah dibayar hutangnya dengan tidak memberi mudharat (kepada

ahli waris).(Allah menetapkan yang demikian itu sebagai syari'at yang benar-benar dari Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Penyantun.⁴⁰

- b. Hadis riwayat Abu Daud dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW berkata:

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا.

“Allah swt. berfirman: ‘Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersyarikat selama salah satu pihak tidak mengkhianati pihak yang lain. Jika salah satu pihak telah berkhianat, Aku keluar dari mereka.” (HR. Abu Daud, yang dishahihkan oleh al-Hakim, dari Abu Hurairah).

Hadis Nabi riwayat Tirmidzi dari ‘Amr bin ‘Auf:

الصُّلْحُ جَائِزٌ بَيْنَ الْمُسْلِمِينَ إِلَّا صُلْحًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا وَالْمُسْلِمُونَ عَلَى شُرُوطِهِمْ إِلَّا شَرْطًا حَرَّمَ حَلَالًا أَوْ أَحَلَّ حَرَامًا.

“Perdamaian dapat dilakukan di antara kaum muslimin kecuali perdamaian yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram; dan kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat mereka kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.”

- c. Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 08/DSN -MUI/IV/2000.

Fatwa DSN No.08/DSN-MUI/IV/2000, mengatur tentang ketentuan pembiayaan *musyarakah* adalah sebagai berikut:

4) Ijab dan Qobul

Ijab Qobul yang dinyatakan oleh para pihak harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut: Penawaran dan penerimaan harus secara *eksplisit* menunjukkan tujuan kontrak (akad), Penerimaan dan penawaran dilakukan pada saat kontrak.

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al Qur'an dan Terjemah*, (PT Syaamil Cipta Media, 2005),h.

5) Subjek Hukum

Para pihak yang berkontrak harus cakap hukum dan memperhatikan hal-hal berikut: kompeten dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwalian, setiap mitra harus menyediakan dana dan pekerjaan dan setiap mitra melaksanakan kerja sebagai wakil.

6) Objek Akad

Objek akad pada *musyarakah*, terdiri dari modal, kerja, keuntungan dan kerugian. Masing-masing di tentukan hal-hal sebagai berikut:

a. Modal

Modal yang diberikan harus uang tunai, emas, perak atau yang lainnya. Modal dapat terdiri dari asset perdagangan seperti barang-barang properti dan sebagainya. Jika modal berbentuk aset, harus terlebih dahulu dinilai dengan tunai dan disepakati oleh para mitra.

b. Kerja

Partisipasi para mitra dalam pekerjaan merupakan dasar pelaksanaan *musyarakah*. Tetapi kesamaan porsi kerja bukanlah merupakan syarat. Seorang mitra boleh melaksanakan kerja lebih banyak dari yang lainnya, dan dalam hal ini ia boleh menuntut bagian keuntungan tambahan bagi dirinya.

c. Keuntungan

Keuntungan harus dikuantifikasikan dengan jelas untuk menghindarkan perbedaan dan sengketa pada waktu alokasi keuntungan atau ketika penghentian *musyarakah*.

d. Kerugian

Kerugian harus diberikan di antara para mitra secara proporsional menurut saham masing-masing modal.⁴¹ Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa apabila terjadi kerugian dalam usaha yang dijalankan, maka kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan yang ditetapkan diawal akad.

3. Rukun dan Syarat Pembiayaan Musyarakah

a. Rukun *Musyarakah*

Dalam melakukan usaha maka rukun dan syarat harus dipenuhi. Rukun adalah suatu unsur yang merupakan bagian yang tidak pernah terpisah dari suatu perbuatan.

Adapun rukun *musyarakah* sebagai berikut:

1) *Sighat* (ucapan)

Berupa *Ijab* dan *Qobul* (Penawaran dan Penerimaan) persetujuan kedua pihak merupakan konsekuensi dari prinsip sama-sama rela, disini kedua belah pihak harus secara rela bersepakat untuk mengikat dari dalam akad.

⁴¹Himpunan Fatwa-Fatwa DSN MUI

2) Pelaku atau pihak yang berkontrak

Bahwa rekan dalam *musyarakah* harus ada minimal dua pelaku, pihak pertama sebagai pemilik modal (*Shohibul Maal*), sedangkan pihak kedua sebagai pelaksana usaha (*Mudharib*).

3) Objek kesepakatan berupa modal dan kerja.

Merupakan konsekuensi logis dari tindakan yang dilakukan oleh para pelaku, pemilik modal menyerahkan modalnya sebagai objek *musyarakah*, sedangkan pelaksana usaha menyerahkan kerjanya sebagai objek *musyarakah*.

b. Syarat-syarat Pembiayaan Musyarakah

1) Ucapan

Tidak ada bentuk khusus dari kontrak *musyarakah*, dapat berbentuk pengucapan yang menunjukkan tujuan. Akad dianggap sah jika diucapkan secara verbal atau tertulis. Kontrak *musyarakah* di catat dan disaksikan oleh kedua belah pihak.

2) Pihak yang Berkontrak

Disyaratkan bahwa mitra harus kompeten dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwalian.

3) Objek Kontrak

Dana atau modal yang diberikan harus berupa uang tunai, emas, perak atau yang bernilai sama.⁴²

⁴² Sofiniyah Gufron, dkk, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syari'ah* (Jakarta: Renaissance ITC Cempaka Mas, 2005), h. 48

4. Jenis-Jenis Musyarakah

Terdapat dua jenis musyarakah, atau syarikah, atau syirkah, yaitu :

a. *Syirkah al-Milk*

Musyarakah al-milk atau *syirkah al-milk* mengandung pengertian sebagai kepemilikan bersama dan keberadaannya muncul apabila dua atau lebih orang secara kebetulan memperoleh kepemilikan bersama (*joint ownership*) atas sesuatu kekayaan tanpa membuat perjanjian kemitraan yang resmi.

Syirkah al-milk, yang esensinya adalah suatu kepemilikan bersama atas suatu kekayaan tidak dapat dianggap sebagai suatu kemitraan (*partnership*) dalam pengertian yang sesungguhnya oleh karena timbulnya bukan berdasarkan kesepakatan untuk berbagi untung dan resiko.⁴³ Misalnya, *syirkah al-milk* yang bersifat *ikhthiyariyyah* (sukarela) apabila kekayaan itu sebenarnya dapat dibagi namu para mitra memutuskan untuk tetap memilikinya bersama. Namun, apabila barang tersebut tidak dibagi dan mereka terpaksa harus memilikinya bersama, maka *syirkah al-milk* tersebut *jabriyah* (tidak sukarela atau terpaksa).

b. *Musyarakah al-Uqud*

Musyarakah al-Uqud merupakan kemitraan yang sesungguhnya karena para pihak dengan sengaja secara sukarela membuat suatu perjanjian investasi bersama dan berbagi untung

⁴³ Sutan Remy Sjahdini, *Op.cit*, h. 331

dan resiko. Perjanjian yang dimaksud tidak perlu merupakan suatu perjanjian yang formal dan tertulis. Dapat saja perjanjian itu informal dan secara lisan. Dalam perjanjian syirkah al-uqud, keuntungan dibagi secara proporsional di antara para pihak seperti halnya mudharabah. Berbeda dengan mudharabah, kerugian ditanggung secara proporsional sesuai dengan modal masing-masing yang telah diinvestasikan oleh para pihak.⁴⁴

Syirkah al-uqud dibagi ke dalam empat jenis, yaitu :

1) *Musyarakah al-mufawwadhah*

Musyarakah al-mufawwadhah, seperti yang dijelaskan oleh Khir, Gupta, dan Shanmugam, adalah suatu perjanjian antara dua orang atau lebih dimana setiap pihak dari perjanjian tersebut memberikan sejumlah dana dan mengambil bagian dalam kerjasama tersebut. Semua pihak akan membagi untung yang diperoleh dan kerugian yang diderita oleh perusahaan. Persyaratan utama dari musyarakah jenis ini adalah bahwa dana, kerja, dan tanggungjawab terhadap utang-utang perusahaan dibagi diantara para pihak menurut bagian yang sama.

2) *Musyarakah al-inan*

Musyarakah al-inan adalah suatu kontrak antara dua orang atau lebih dimana setiap pihak menyumbangkan bagian modal kemitraan dan mengambil partisipasi dalam kerja sama tersebut. Kedua pihak berbagi keuntungan dan kerugian berdasarkan kesepakatan. Porsi

⁴⁴*Ibid*

kontribusi dana masing-masing pihak, tanggungjawab kerugian yang harus dipikul dan pembagian keuntungan yang dapat dinikmati tidak harus sama bagi masing-masing pihak.

3) *Musyarakah al-abdan*

Musyarakah al-abdan adalah perjanjian musyarakah antara dua orang untuk melaksanakan suatu pekerjaan dan membagi keuntungan yang diperoleh dari pekerjaan itu. Dalam syirkah al-abdan para mitra menyumbangkan keahlian dan tenaganya untuk mengelola bisnis tanpa memberikan modal.

4) *Musyarakah al-wujuh*

Musyarakah al-wujuh adalah suatu perjanjian kemitraan antara dua orang pengusaha atau lebih yang memiliki keahlian dan reputasi yang tinggi. Para pihak yang terkait dengan perjanjian tersebut membeli barang secara kredit dari suatu perusahaan berdasarkan reputasi mereka. Setelah mereka dapat memperoleh barang tersebut secara kredit, selanjutnya mereka menjual barang tersebut kepada pihak lain secara tunai. Baik keuntungan maupun kerugian dari transaksi itu dibagi secara proporsional di antara mereka.⁴⁵

Berdasarkan uraian diatas secara garis besar *syirkah al-uqud* terdiri atas *Musyarakah al-mufawwadhah*, *Musyarakah al-inan*, *Musyarakah al-abdan*, *Musyarakah al-wujuh*.

⁴⁵*Ibid*

C. Baitul Maal Wattamwil (BMT)

1. Pengertian BMT

Baitul Maal Wattamwil (BMT) adalah balai usaha mandiri terpadu yang isinya berintikan *bait al-mal wa at-tamwil* dengan kegiatan mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dalam meningkatkan kualitas kegiatan ekonomi pengusaha kecil-bawah dan kecil, diantaranya mendorong kegiatan menabung dan menunjang pembiayaan kegiatan ekonomi. Selain itu, BMT juga bisa menerima titipan zakat, infak, dan sedekah, lalu menyalurkannya sesuai dengan peraturan dan amanat. BMT adalah lembaga ekonomi atau keuangan syariah nonperbankan yang sifatnya informal karena lembaga ini didirikan oleh Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) yang berbeda dengan lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan formal lainnya. Selain berfungsi sebagai lembaga keuangan, BMT juga bisa berfungsi sebagai lembaga ekonomi. Sebagai lembaga keuangan, ia bertugas menghimpun dana dari masyarakat (anggota BMT) dan menyalurkannya kepada masyarakat (anggota BMT). Sebagai lembaga ekonomi, ia berhak melakukan kegiatan ekonomi, seperti perdagangan, industri, dan pertanian.⁴⁶

2. Badan Hukum BMT

BMT dapat didirikan dalam bentuk Kelompok Swadaya Masyarakat (KSM) atau berbentuk koperasi.

⁴⁶Nurul Huda, Purnama Putra, dkk, *Baitul Maal wattamwil* (Jakarta : AMZAH, 2016), h.35

a. Dalam bentuk KSM

Bila BMT didirikan dalam bentuk KSM, maka BMT akan mendapat sertifikasi operasi dari pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil (PINKUB) yang mendapat pengakuan dari Bank Indonesia (BI) sebagai lembaga pengembangan swadaya masyarakat yang mendukung program hubungan bank dengan KSM. KSM juga dapat berfungsi sebagai prakoperasi dengan tujuan mempersiapkan segala sesuatu supaya BMT bisa menjadi koperasi BMT. Bila para pengurus siap untuk mengelola BMT dengan baik dengan badan hukum koperasi, maka BMT dapat dikembangkan dengan badan hukum koperasi.⁴⁷

b. Dalam bentuk koperasi

Bila pada awal pendirian telah ada kesiapan, maka BMT langsung didirikan dengan badan hukum koperasi. Dalam hal ini ada beberapa alternatif (pilihan) yang bisa diambil :

- 1) Sebagai koperasi serba usaha untuk perkotaan.
- 2) Sebagai Koperasi Unit Desa (KUD), dengan ketentuan yang diatur oleh menteri koperasi dan pengusaha kecil tanggal 20 Maret 1995, dimana :

- a. Bila disuatu wilayah telah ada KUD dan berjalan dengan baik, maka BMT dapat menjadi Unit Usaha Otonom (U2O) atau Tempat Pelayanan Koperasi (TPK). Bila KUD

⁴⁷ Veithzal Rivai, *Financial Institution Management* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h.

tersebut belum berfungsi dengan baik, maka KUD tersebut dapat difungsikan sebagai BMT. Dan pengurus dipilih dalam suatu rapat anggota.

b. Bila mana di daerah tersebut belum ada KUD, maka dapat didirikan KUD BMT. Dalam pendirian KUD diperlukan minimal 20 orang anggota.

3) Sebagai Koperasi Pondok Pesantren (KOPONTREN), BMT juga dapat menjadi U2O dan TPK dari Kopontren dan juga dapat didirikan Kopontren BMT. Dalam hal ini panitia pendirian BMT dapat berkonsultasi dengan Departemen Agama dan Departemen Koperasi Kabupaten/Kota setempat.⁴⁸

Dari uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa selain sebagai koperasi unit desa BMT juga dapat berfungsi sebagai koperasi pondok pesantren dan pendirian dikonsultasikan dengan Departemen Agama dan Departemen Koperasi Kota setempat.

3. Fungsi BMT

a. Penghimpun dana dan penyaluran dana, dengan menyimpan uang di BMT, uang tersebut dapat ditingkatkan utilitasnya, sehingga timbul unit surplus (pihak yang memiliki dana berlebih) dan unit defisit (pihak yang kekurangan dana).

⁴⁸Veithzal Rivai, *Financial Institution Management* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h.

- b. Pencipta dan pemberi likuiditas, dapat menciptakan alat pembayaran yang sah yang mampu memberikan kemampuan untuk memenuhi kewajiban suatu lembaga/perorangan.
- c. Sumber pendapatan, BMT dapat menciptakan lapangan kerja dan memberi pendapatan kepada para pegawai.
- d. Pemberi informasi, memberi informasi kepada masyarakat mengenai resiko keuntungan dan peluang yang ada pada lembaga tersebut.⁴⁹

4. Prinsip Operasi BMT

a. Prinsip dasar BMT

Penting bagi pengelola dalam melakukan pengelolaan usaha senantiasa memperhatikan prinsip-prinsip dasar koperasi, yakni:

1) Keanggotaan bersifat terbuka dan sukarela.

Keanggotaan tidak didasarkan oleh fanatisme atau diskriminasi tertentu yang membuat tidak siap beradaptasi menghadapi perubahan atau rendahnya peran serta karena tidak didasari kesadaran untuk bergabung.

2) Rapat anggota merupakan kekuasaan tertinggi.

Lembaga koperasi memang disenngaja untuk menghindari tirani mayoritas atau posisi kepengelolaan. Rancang bangun disusun sesuai prinsip musyawarah dan mufakat yang merupakan nilai-nilai masyarakat Indonesia

⁴⁹*Ibid*

3) Pembagian SHU diatur atas dasar jasa anggota.

Setiap insan yang terlibat memberikan kontribusinya mendapat bagian jasa sesuai kontribusi. Keaktifan anggota dan masyarakat menjadi unsur pendorong bagi berkembang usahanya koperasi.

4) Operasional harus berbasis syariah.

Koperasi ini harus memegang prinsip Ekonomi Islam yang mengharamkan unsur-unsur aktifitas atau transaksi yang mengandung *maysir* (judi), *gharar* (tidak jelas), *risywah* (suap) dan *riba* (bunga) atau yang biasa disingkat MAGHRIB. Untuk mengawal gerakan Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah/Unit Jasa Keuangan Syari'ah agar berjalan sesuai syariah, maka pengurus dan pengelola didampingi dewan pengawas syariah.

5) Bertujuan meningkatkan kesejahteraan anggota dan masyarakat.

Visi dan misinya harus berorientasi melakukan pemberdayaan ekonomi. Jadi tidak semata-mata mengejar keuntungan (*profit oriented*).

6) Pengelolaan usaha bersifat terbuka.

Mengedepankan praktik pengelolaan usaha yang mengacu pada *good corporate governance* yang salah satunya menekankan transparansi.

7) Swadaya, swakerta, dan swasembada.

Koperasi harus dapat menjadi wadah yang menampung peran serta, minat, dan kepentingan demi kemandirian dan martabat.

5. Prinsip-prinsip Analisis Pembiayaan BMT

Analisis pembiayaan diperlukan BMT untuk memperoleh keyakinan bahwa pembiayaan yang diberikan dapat dikembalikan oleh anggotanya. Penilaian permohonan pembiayaan, harus memperhatikan beberapa prinsip utama yang berkaitan dengan kondisi secara keseluruhan anggota. Adapun prinsip penilaian dikenal dengan istilah 5C, yaitu :

a. *Character*

Yaitu penilaian terhadap karakter atau kepribadian anggota peminjam dengan tujuan untuk memperkirakan kemungkinan bahwa anggota peminjam dapat memenuhi kewajiban.

b. *Capacity*

Yaitu penilaian secara subjektif tentang kemampuan anggota peminjam untuk melakukan pembayaran. Kemampuan diukur dengan catatan prestasi anggota peminjam di masa lalu yang didukung dengan pengamatan di lapangan atas sarana usahanya seperti toko, karyawan, alat-alat pabrik serta metode kegiatan.

c. *Capital*

Yaitu penilaian terhadap kemampuan modal yang dimiliki oleh anggota peminjam yang diukur dengan posisi perusahaan secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh rasio *financial* dan penekanan pada komposisi modalnya.

d. *Collateral*

Yaitu jaminan yang dimiliki anggota peminjam. Penilaian ini bertujuan untuk lebih terjadi, maka jaminan dapat dipakai sebagai pengganti dari kewajiban.

e. *Condition*

BMT harus melihat kondisi ekonomi yang terjadi di masyarakat secara spesifik melihat adanya keterkaitan dengan jenis usaha yang dilakukan oleh calon anggota peminjam. Hal tersebut karena kondisi eksternal berperan besar dalam proses berjalannya usaha calon anggota peminjam.⁵⁰

6. Produk Pembiayaan BMT

Dalam melaksanakan kegiatan pembiayaan, BMT menempuh mekanisme bagi hasil sebagai pemenuhan kebutuhan permodalan (*equity financing*) dan investasi berdasarkan imbalan melalui mekanisme jual-beli (*ba'i*) sebagai pemenuhan kebutuhan pembiayaan (*debt financing*).

⁵⁰Maryanto Supriono, *Buku Pintar Perbankan* (Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2011), hlm. 162-163.

1.1 *Equity Financing*

Ada dua macam dalam kategori ini, yaitu :

- 1) Pembiayaan Musyarakah (*Join Venture Profit Sharing*), adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Aplikasi BMT untuk akad musyarakah adalah :
 - a. Pembiayaan proyek, nasabah dan BMT sama-sama menyediakan dana untuk membiayai proyek. Setelah proyek selesai nasabah mengembalikan dana tersebut bersama bagi hasil yang telah disepakati bersama.
 - b. Modal ventura, pada BMT-BMT yang dibolehkan melakukan investasi dalam kepemilikan perusahaan, musyarakah diterapkan dalam skema modal ventura. Penanaman modal dilakukan untuk jangka waktu tertentu, dan setelah itu BMT melakukan divestasi, baik secara singkat maupun bertahap.
- 2) Pembiayaan Mudharabah (*Trustee Profit Sharing*), adalah akad kerja sama usaha antara dua pihak dimana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak lainnya menjadi pengelola dan keuntungan usaha dibagi sesuai dengan

kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak. Aplikasi dalam BMT untuk mudharabah dari sisi pembiayaan adalah :

- a. Pembiayaan modal kerja, seperti modal kerja perdagangan dan jasa.
- b. Investasi khusus (*mudharabah muqayyadah*), dimana sumber dana khusus dengan penyaluran yang khusus dengan syarat-syarat yang ditetapkan oleh shahibul maal.

1.2 Debt Financing

Debt Financing, dilakukan dengan teknik jual beli. Bentuk dari *debt financing* adalah sebagai berikut :

- a. *Murabahah*, BMT membeli barang kemudian menjualnya kepada nasabah dengan harga jual senilai harga beli plus keuntungan. BMT harus memberi tahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan. Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati dalam jangka waktu tertentu.
- b. *Bai' as-salam*, adalah jual beli barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga lebih dahulu dengan syarat-syarat tertentu. Transaksi ini biasanya dipergunakan untuk pembiayaan pertanian jangka pendek seperti padi, jagung, dan cabai serta untuk pembiayaan barang industry seperti produk garmen.

- c. *Bai'al-istishna'*, merupakan akad jual beli dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan dan pembuatan barang. Transaksi ini biasanya dipakai untuk pembiayaan konstruksi barang-barang manufaktur jangka pendek.
- d. *Al Ijarah*, adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran upah atau sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. Aplikasi dalam BMT untuk sistem ini adalah *leasing*.⁵¹

1.3 Produk Jasa

Di samping produk pembiayaan, BMT juga mempunyai produk-produk jasa atau layanan lainnya. Produk ini juga merupakan penerapan dari akad-akad syariah.

- a. *Wakalah*, berarti pelimpahan kekuasaan dari satu pihak ke pihak lain dalam hal-hal yang boleh diwakilkan. Prinsip ini diterapkan untuk pengiriman uang atau transfer, penagihan dan *letter of credit (L/C)*.
- b. *Kafalah*, berarti mengalihkan tanggung jawab seseorang yang dijamindengan berpegang pada tanggung jawab orang lain sebagai penjamin.

⁵¹Veithzal Rivai, *Financial Institution Management* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h.

- c. *Hawalah*, adalah pengalihan utang dari orang yang berutang kepada orang lain yang wajib menanggungnya.
- d. *Rahn*, adalah menahan harta milik sebagai jaminan atas pinjaman yang diterimanya. Barang yang ditahan tersebut memiliki nilai ekonomis.
- e. *Qardh*, adalah pinjaman yang diberikan kepada nasabah yang memerlukan. Nasabah wajib mengembalikan jumlah pokok yang diterima pada waktu yang telah disepakati bersama.
- f. *Sharf*, adalah transaksi pertukaran antara emas dan perak atau pertukaran valuta asing, di mana mata uang asing dipertukarkan dengan mata uang domestik atau dengan mata uang lainnya.⁵²

7. Produk penghimpun dana BMT

Pada sistem operasional BMT, pemilik dana menanamkan uangnya di BMT tidak dengan motif mendapatkan bunga, tetapi dalam rangka mendapatkan keuntungan bagi hasil. Produk penghimpun dana lembaga keuangan syariah adalah :

- a. *Giro wadiah*, adalah produk simpanan yang bisa ditarik kapan saja. Dana nasabah dititipkan di BMT dan boleh dikelola. Setiap saat nasabah berhak mengambilnya dan berhak mendapatkan bonus dari keuntungan pemanfaatan dana giro oleh BMT.

⁵²Veithzal Rivai, *Financial Institution Management* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h. 614-618

- b. *Tabungan Mudharabah*, adalah dana yang disimpan nasabah akan dikelola BMT, untuk memperoleh keuntungan. Keuntungan akan diberikan kepada nasabah berdasarkan kesepakatan nasabah.
- c. *Deposito Mudharabah*, adalah BMT berhak melakukan berbagai usaha yang tidak bertentangan dengan Syariah Islam dan mengembangkannya. BMT bebas mengelola dana (mudharabah mutlaqah). BMT berfungsi sebagai *mudharib* sedangkan nasabah sebagai *shahibul maal*.⁵³

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1	Skripsi Chitra Dwiratih Aviza (2014)	Faktor-faktor yang mempengaruhi mitra dalam memilih menggunakan produk pembiayaan murabahah di BMT Berkah Madani Cimanggis Depok.	Mitra (X), produk pembiayaan murabahah (Y)	Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mitra dengan indikator teman, pengaruh keluarga, faktor produk, faktor kebutuhan dan faktor pelayanan.
2	Skripsi Herdi Jayakusumah (2011)	Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian teh celup sariwangi.	Konsumen (X), keputusan pembelian teh celup sariwangi (Y)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor psikologis, sosial, produk, harga, dan promosi.
3	Skripsi Dian	Pengaruh faktor	Budaya,	Tidak terdapat

⁵³ Veithzal Rivai, *Financial Institution Management* (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h. 613-614

	Friantoro (2016)	budaya, sosial, dan pribadi terhadap Keputusan anggota dalam mengambil kredit pada KP-RI bina mandiri kabupaten pandeglang	sosial, dan pribadi (X), produk pembiayaan gadai emas syariah (Y)	pengaruh positif dan signifikan Faktor Budaya terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Kredit pada KP-RI Bina Mandiri, terdapat pengaruh positif dan signifikan Faktor Sosial terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Kredit.
4	Skripsi Puspita (2013) Dian Rini	Pengaruh faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi Terhadap proses keputusan pembelian produk pizza(studi pada pizza hut cabang jalan jenderal sudirman no. 53 Yogyakarta)	Faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi (X), proses keputusan pembelian produk pizza (Y)	Hasil penelitian menunjukkan Faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza.
5	Skripsi Benita Fitriana (2015)	Pengaruh usia, pendidikan, pendapatan, faktor budaya, pribadi dan motivasi terhadap persepsi konsumsi konsumen pangan pokok non beras di wilayah Jakarta Barat.	Usia, pendidikan, pendapatan, faktor budaya, pribadi dan motivasi (X), persepsi konsumsi konsumen pangan pokok non beras (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel sosial dan pribadi terhadap persepsi konsumsi konsumen pangan pokok non beras di wilayah Jakarta Barat.

Sumber : Diolah penulis (2017)

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dalam pengambilan keputusan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu Terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mitra dengan indikator teman, pengaruh keluarga, faktor produk, faktor kebutuhan dan faktor pelayanan.

Sedangkan berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti kepada BMT menunjukkan faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur terdapat dua faktor yaitu faktor internal yang terdiri dari indikator persepsi, motivasi, sikap, kepribadian dan faktor eksternal dengan indikator demografi, sosial, dan budaya.

Dari berbagai temuan pada penelitian terdahulu dalam pengambilan keputusan menurut Herdi Jayakusumah (2011), “faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen adalah faktor psikologis, sosial, produk, harga, dan promosi”. Skripsi Dian Friantoro (2016), “Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Faktor Budaya terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Kredit pada KP-RI Bina Mandiri, terdapat pengaruh positif dan signifikan Faktor Sosial terhadap Keputusan Anggota dalam Mengambil Kredit”. Skripsi Dian Puspita Rini (2013), “Hasil penelitian menunjukkan Faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh positif terhadap proses keputusan pembelian produk Pizza.”.

Dalam penelitian ini terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah adalah faktor internal (persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian) dan faktor eksternal (demografi, sosial, dan budaya).

E. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah konseptual mengenai bagaimana satu teori berhubungan di antara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Dalam kerangka pemikiran, peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara lebih terperinci.⁵⁴

Masalah yang umum dihadapi oleh pengusaha golongan ekonomi lemah adalah kurangnya modal, sehingga pengusaha tersebut kurang mampu untuk meningkatkan volume usahanya yang berakibat pada rendahnya pendapatan yang diperoleh. Untuk mengatasi masalah tersebut maka BMT Syariah Makmur telah membuat beberapa fasilitas pembiayaan, seperti Pembiayaan Musyarakah.⁵⁵

Fasilitas pembiayaan musyarakah dikhususkan untuk pengusaha golongan ekonomi lemah karena nisbah bagi hasil yang ditetapkan sesuai dengan pendapatan yang diperoleh. Fasilitas Pembiayaan Musyarakah tersebut diharapkan dapat membantu pengusaha golongan ekonomi lemah untuk meningkatkan modal kerja dan membiayai pembelian aktiva tetap, sehingga aktivitas usahanya dapat lebih ditingkatkan. Peningkatan aktivitas tersebut diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pengusaha itu sendiri. Keputusan pemilihan adalah hasil akhir dari sebuah evaluasi akan sebuah produk yang ditawarkan oleh BMT kepada nasabah.⁵⁶ Informasi-informasi yang diperoleh oleh nasabah akan dipertimbangkan

⁵⁴ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Kencana, 2011), h. 76

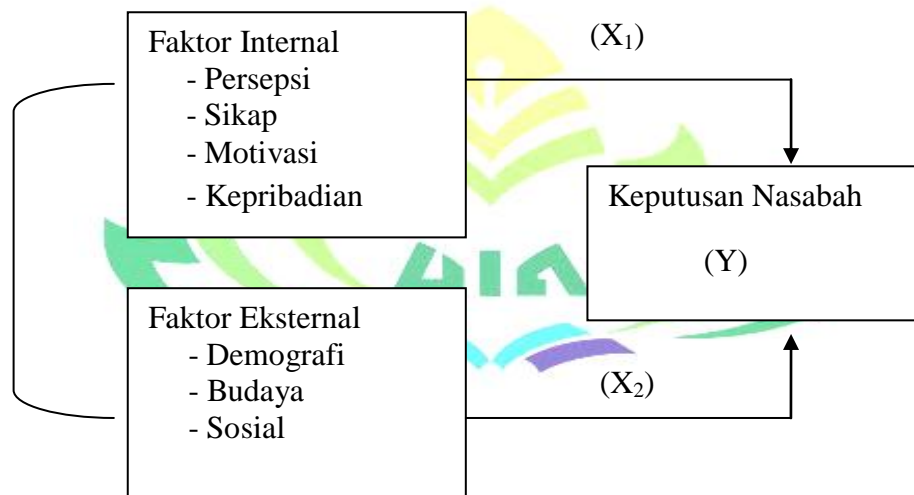
⁵⁵ Hasil wawancara pada teller BMT Syariah Makmur, 20 Februari 2017

⁵⁶ *ibid*

sehingga menjadikannya sebuah keputusan untuk memilih produk tersebut.⁵⁷ Keputusan nasabah untuk memilih pembiayaan dipengaruhi oleh faktor internal dengan 4 indikator (persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian) dan faktor eksternal dengan 3 indikator (demografi, sosial, dan budaya).

Dengan demikian, kerangka pemikiran penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.3.

Skema kerangka berpikir



Gambar 2.3

Kerangka pemikiran di atas dimaksudkan untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menentukan persepsi-persepsi keterkaitan antara variabel yang akan diteliti yaitu analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah (X) dalam memilih produk pembiayaan musyarakah (Y) pada BMT Syariah Makmur.

⁵⁷ Tumpal Butar, *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam memilih Kredit Perbankan*, skripsi penelitian, 2014

F. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat.⁵⁸ Kebenaran dari hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berikut hipotesis dalam penelitian ini adalah :

Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Kebenaran dari hipotesis harus dibuktikan melalui data yang terkumpul. Berikut hipotesis dalam penelitian ini.

1. Pengaruh faktor internal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

H_0 : Faktor Internal tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

H_a : Faktor Internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

2. Pengaruh faktor eksternal terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

H_0 : Faktor Eksternal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

⁵⁸ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 86

H_a : Faktor Eksternal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

3. Pengaruh faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

H_0 : Faktor Internal dan Faktor Eksternal secara bersama-sama tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

H_a : Faktor Internal dan Faktor Eksternal secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan di BMT Syariah Makmur Suka Bumi Indah- Bandar Lampung, yaitu meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah.

B. Jenis Penelitian dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*), yaitu melakukan kegiatan di lapangan tertentu guna memperoleh berbagai data dan informasi yang diperlukan.⁵⁹ Penelitian survei bertujuan untuk mengumpulkan informasi tentang variabel dari sekelompok objek (populasi). Survei dengan cakupan seluruh populasi (objek) disebut sensus.⁶⁰ Penelitian ini pada akhirnya akan di analisa, maka proses penelitian mengangkat data dari permasalahan yang ada dilapangan (lokasi penelitian) yang berkenaan dengan keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan yang dilakukan pada BMT Syariah Makmur Suka Bumi Indah, Bandar Lampung.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat asosiatif yaitu untuk menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih⁶¹. Variabel-variabel ini diukur

⁵⁹ Sugiono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Bandung, 2013),.h 19

⁶⁰ Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta : Kencana, 2011), h. 38

⁶¹ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 100

(biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.⁶²

C. Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan pada penelitian ini ada dua macam yaitu:

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu/pun perseorangan, seperti hasil wawancara secara langsung dengan manager, pihak yang terkait pengurus pembiayaan dan mitra yang masih terdaftar sebagai anggota BMT. Data tersebut merupakan hasil pengisian jawaban kuesioner dari angket yang disebar kepada responden/nasabah di BMT Syariah Makmur.⁶³

2. Data sekunder

Data yang didapat dari literatur yang tersedia dan berhubungan dengan masalah yang diteliti.⁶⁴ Dalam hal ini data sekunder yang digunakan dalam penelitian meliputi gambaran umum dan struktur organisasi BMT Syariah Makmur.

Ada dua alasan penggunaan data sekunder:

a. Efektifitas biaya

Biaya pencarian data sekunder lebih murah dari pada pencarian data primer.

⁶²Juliansyah Noor, *Op.Cit*, h. 38

⁶³ Husein Umar, *Research Methods In Finance And Banking* (Jakarta: PT Gramedia pustaka Utama, 2012), h. 82

⁶⁴Sulis Adi Pamungkas, *Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah memilih kredit pada bank BMT Ahmad Dahlan di cawas*, Kamis, 16 Februari 2017, Pukul 14.00 Wib

b. Penghematan waktu

Waktu yang digunakan untuk mencari data sekunder lebih singkat dari pada untuk data primer.⁶⁵

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁶⁶ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah jasa pembiayaan dari tahun 2012 s/d 2015 pada BMT Syariah Makmur Suka Bumi Indah, Bandar Lampung yang berjumlah 692 orang, dengan rincian anggota tahun 2012 berjumlah 101 orang, 2013 berjumlah 160 orang, 2014 berjumlah 221 orang, dan 2015 berjumlah 2014 orang.⁶⁷

Tabel 3.1 Anggota/ Nasabah BMT Syariah Makmur

No	Anggota/Nasabah	Tahun			
		2012	2013	2014	2015
1	Anggota Biasa (orang)	27	27	27	24
2	Anggota Luar Biasa (orang)	74	143	194	190
Jumlah		101	160	221	214

Sumber : laporan pertanggungjawaban KSPPS BMT Syariah Makmur.

Dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan anggota biasa adalah anggota yang terdaftar dengan membayar

⁶⁵ Mudradjat Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jakarta : Erlangga, 2003), h. 127-131

⁶⁶ *Ibid* , h.115

⁶⁷ Hasil wawancara kepada teller BMT Syariah Makmur, 20 Februari 2017

simpanan pokok sebesar Rp 500.000 dan membayar simpanan wajib sebesar Rp 50.000. Sedangkan anggota luar biasa adalah yang terdaftar dengan membayar simpanan pokok sebesar Rp 100.000 dan membayar simpanan wajib sebesar Rp 10.000/bulan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili)⁶⁸. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Sampel Random Sampling* yaitu pengambilan sampel dari populasi yang dilakukan secara acak, dan teknik *Insidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.⁶⁹ Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi anggota pembiayaan dari tahun 2012 s/d 2015 yang berjumlah 692 orang. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi,

⁶⁸Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 116

⁶⁹*Ibid*, h. 118-122

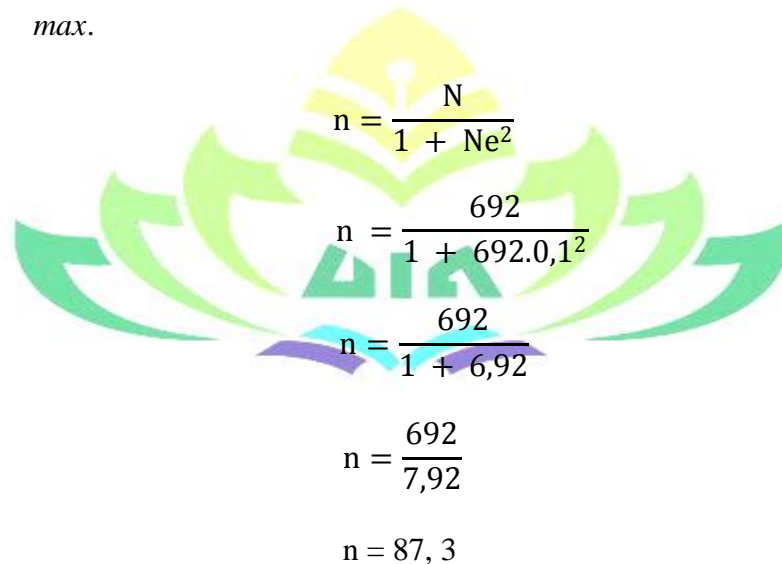
ditentukan dengan menggunakan rumus *Slovin*⁷⁰. Karena jumlah respondennya sudah diketahui.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan/ *margin of error max.*



$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{692}{1 + 692.0,1^2}$$

$$n = \frac{692}{1 + 6,92}$$

$$n = \frac{692}{7,92}$$

$$n = 87,3$$

Berdasarkan data yang diperoleh, rata-rata nasabah pembiayaan tahun 2012 s/d 2015 yang berjumlah 692 orang, maka jumlah sampel yang diteliti adalah 87 (dibulatkan menjadi 90) orang/nasabah.

E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan secara acak untuk memperoleh populasi dan sampel yang dimaksud, agar memperoleh data

⁷⁰*Ibid*, hlm. 160

yang baik maka dipilih dengan menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner (angket) dan dokumentasi.

1. Metode observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu banyak.⁷¹

2. Interview (Wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.⁷² Dalam penelitian ini penulis memberikan pertanyaan secara langsung kepada pimpinan, karyawan dan beberapa nasabah BMT Syariah Makmur.

3. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

⁷¹Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung : Alfabeta, 2010), h. 203.

⁷²Sugiyono, *Op.Cit.* h.137-138

Kuesioner dapat berupa pertanyaan. Pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.⁷³ Kuesioner dibagikan kepada nasabah untuk diisi sesuai jawaban yang sudah tersedia. Cara memperoleh data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden terhadap keputusan nasabah dalam pengambilan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur.

F. Definisi Operasional

Adapun variabel penelitian yang menjadi titik suatu perhatian penelitian adalah:

1. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas.⁷⁴ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah. Keputusan nasabah merupakan salah satu jalan dalam penyelesaian masalah dimana kita dihadapkan dengan berbagai pilihan yang harus dipilih. Keputusan merupakan hal penting yang dilakukan konsumen dalam memilih suatu produk yang ditawarkan oleh BMT Syariah Makmur Suka Bumi Indah-Bandar Lampung. Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah keputusan nasabah yang dapat diukur dengan faktor internal dengan empat indikator (persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian) dan faktor eksternal (demografi, budaya, sosial).

⁷³Sugiyono, *Op.Cit.* h. 142

⁷⁴M. Burhan Buhsin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Rajawali Pers. 2012),

2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.⁷⁵ Variabel independen dalam penelitian ini adalah produk pembiayaan musyarakah.

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis.

Berikut definisi operasional dalam penelitian ini:

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Faktor Internal (X ₁) (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008)	Persepsi adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti	Kebutuhan	1.Saya menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena adanya persepsi atas iklan produk pembiayaan yang terdapat di brosur.	Likert
		jenis produk	1.Saya memilih jasa pembiayaan musyarakah karena sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan.	
	Sikap adalah pencarian informasi dan	Kepuasan	1.Saya merasa puas menggunakan	Likert

⁷⁵V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm. 86

	evaluasi yang luas atas berbagai kemungkinan terhadap alternatif-alternatif yang dipertimbangkan.		jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena pelayanan petugas BMT Syariah makmur sangat baik.	
		Kemudahan	1.Saya menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur karena prosedur pengajuan yang mudah dan cepat.	
	Motivasi adalah tenaga pendorong dalam diri individu yang membuat konsumen bertindak.	Dorongan kebutuhan	1.Saya menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena adanya dorongan kebutuhan modal untuk menjalankan usaha.	Likert
	Kepribadian adalah kepribadian seseorang akan menentukan bagaimana seseorang mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk.	Pekerjaan	1.Saya memilih pembiayaan musyarakah untuk memenuhi kecukupan modal dalam menjalankan usaha sebagai pedagang.	Likert
		Keadaan Ekonomi	1.Saya mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur	

Faktor Eksternal (X ₂) (sumber: Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008 dan skripsi Rifa'atul Mahmudah)			karena sesuai dengan kondisi ekonomi.	
			2.Kondisi ekonomi yang kurang baik menjadi alasan saya mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur.	
	Demografi adalah bagaimana seseorang terlibat dalam pengambilan keputusan konsumen/nasabah.	Usia	1.Saya mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena faktor usia dan siklus hidup.	Likert
		Minat masyarakat	2.Saya mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena dipengaruhi oleh minat masyarakat	
		Pendapatan	sekitar. 2.Saya memilih pembiayaan musyarakah karena berhubungan dengan pendapatan.	
	Budaya Adalah determinan asar keinginan perilaku seseorang.	Kebiasaan	1.Saya sudah terbiasa menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah	Likert

			Makmur.	
	Sosial adalah status sosial yang menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda.	Pengaruh rekan kerja	1.Saya mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena pengaruh dari rekan kerja.	Likert
		Pengaruh keluarga	1.Saya mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena pengaruh dari keluarga.	Likert
Keputusan Nasabah (Y) (sumber: Jurnal, Fitrohmana Shofian)	<i>Attention</i> Keinginan seseorang untuk mencari dan melihat sesuatu.	Perhatian	1.Saya tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.	Likert
	<i>Interest</i> Perasaan ingin mengetahui lebih dalam tentang sesuatu hal yang menimbulkan daya tarik bagi konsumen.	Minat	1.Saya ingin mengetahui keunggulan BMT Syariah Makmur dibandingkan BMT lainnya baik dari segi produk, dan lain sebagainya.	Likert
	<i>Desire</i> Kemauan yang timbul dari hati tentang sesuatu yang menarik perhatian.	Keinginan	1.Saya ingin menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.	Likert
	<i>Decision</i> Kepercayaan untuk	Keputusan	1.Saya menggunakan	Likert

	melakukan suatu hal.		pembiayaan musyarakah di BMT Syariah Makmur karena BMT Syariah Makmur menggunakan prinsip bagi hasil dan sesuai dengan prinsip syariah.	
	<i>Action</i> Suatu kegiatan untuk merealisasikan keyakinan dan ketertarikan terhadap sesuatu.	Tindakan	1.Saya menjadi nasabah tetap karena saya puas terhadap jasa pembiayaan BMT Syariah Makmur.	Likert

Sumber : Diolah penulis (2017)

G. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengkuantifikasi informasi yang diberikan oleh konsumen jika mereka diharuskan menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan dalam suatu kuisioner. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan teknik mengukur sikap di mana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.⁷⁶ Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Adapun skala pengukuran yang dipakai adalah berdasarkan keterangan dan informasi yang diberikan responden melalui angket

⁷⁶ Juliansyah Noor, *Op.Cit* h.128

(kuesioner) yang telah disebarakan dengan metode skor. Dengan bobot penilaian sebagai berikut :

Tabel 3.3 Skala Likert :

Jawaban	Bobot
1. Jawaban Sangat Setuju (SS)	1. Diberi Skor 5
2. Jawaban Setuju (S)	2. Diberi Skor 4
3. Jawaban Netral (N)	3. Diberi Skor 3
4. Jawaban Tidak Setuju (TS)	4. Diberi Skor 2
5. Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)	5. Diberi Skor 1

Sumber : Juliansyah Noor (2011)

H. Metode Analisa Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisa data adalah kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

1. Analisis Uji Instrumen

Untuk menguji analisis data, perlu mengadakan uji validitas dan reliabilitas. Uji ini dilakukan untuk meninjau seberapa valid suatu butir-butir pertanyaan yang diajukan kepada responden atau yang dikenal uji validitas, serta mengukur tingkat reliabilitas suatu jawaban responden dari suatu instrumen pertanyaan dengan metode uji reliabilitas. Untuk lebih jelasnya penulis akan paparkan definisi validitas dan reliabilitas berikut ini:

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Hasil penelitian valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang di teliti. Instrumen yang valid berarti alat ukur untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat di ukur untuk mengukur apa seharusnya diukur.⁷⁷ Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS 20.0 (*Statistical Package for Social Science*). Pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan sig 5 % jika $r \text{ table} < r \text{ hitung}$ maka dikatakan valid.⁷⁸ Adapun metode yang digunakan dalam pengujian validitas adalah sebagai berikut : hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan sig 5 % jika $r \text{ table} < r \text{ hitung}$ maka dikatakan valid. Dalam penelitian ini r tabel diperoleh dari signifikansi yang sebesar 0.05 atau 5% dan $n=90$. Sehingga nilai r tabel adalah 0.207. Hasil analisis bisa dilihat pada tabel berikut ini:

⁷⁷Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 121

⁷⁸Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustakaberupress, 2015),h. 108

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel X₁

Variabel	Butir	Corrected Item Total Correlation(<i>r hitung</i>)	<i>R tabel</i>	Keterangan
Keputusan Nasabah X ₁ (Faktor Internal)	Butir 1	0,334	0,207	Valid
	Butir 2	0,283	0,207	Valid
	Butir 3	0,497	0,207	Valid
	Butir 4	0,450	0,207	Valid
	Butir 5	0,470	0,207	Valid
	Butir 6	0,406	0,207	Valid
	Butir 7	0,446	0,207	Valid
	Butir 8	0,573	0,207	Valid

Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan faktor internal keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan musyarakah dalam kuesioner mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,207 maka pertanyaan valid.

Tabel 3.5
Hasil Uji Validitas Variabel X₂

Variabel	Butir	Corrected Item-Total Correlation(<i>r hitung</i>)	<i>R tabel</i>	Keterangan
Keputusan Nasabah X ₂ (Faktor Eksternal)	Butir 1	0,298	0,207	Valid
	Butir 2	0,526	0,207	Valid
	Butir 3	0,337	0,207	Valid
	Butir 4	0,542	0,207	Valid
	Butir 5	0,572	0,207	Valid
	Butir 6	0,454	0,207	Valid

Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan reputasi bank syariah dalam kuesioner mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,207 maka pertanyaan valid.

Tabel 3.6
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Butir	Corrected Item-Total Correlation(<i>r hitung</i>)	<i>R tabel</i>	Keterangan
Pembiayaan Masyarakat (Y)	Butir 1	0,483	0,207	Valid
	Butir 2	0,448	0,207	Valid
	Butir 3	0,501	0,207	Valid
	Butir 4	0,397	0,207	Valid
	Butir 5	0,530	0,207	Valid

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Dari tabel di atas terlihat bahwa *r hitung* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* untuk masing-masing butir pertanyaan memiliki *r hitung* lebih besar dan positif dibandingkan dengan *r tabel* untuk $(df) = 90 - 2 = 88$ dan $\alpha 0,05$ sehingga diperoleh *r tabel* sebesar 0,207 maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari ketiga variabel Independen X_1 X_2 dan variabel dependen Y adalah valid.

1) Uji Reliabilitas

Realibilitas instrumen menggambarkan pada kemantapan alat ukur yang digunakan. Suatu alat ukur dinyatakan reliabel yang tinggi atau dapat di percaya, apabila alat ukur itu stabil, sehingga dapat di andalkan dan dapat digunakan dalam peramalan. Dalam perdagangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama.⁷⁹ Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi-

⁷⁹Nasution, *Metode Research* (penelitian ilmiah) , (Jakarta:Bumi Aksara,2012), h. 77

dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan.⁸⁰ Pengukuran dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20 yang memberikan fasilitas untuk mengukur kereliabelan dengan uji statistik *cronbach alpha*. Dengan kriteria bahwa suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka realibilitas pernyataan bisa diterima.⁸¹

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Koefisien	Alpha	Keterangan
X ₁	8 Butir Pertanyaan	0.774	Reliabel
X ₂	6 Butir Pertanyaan	0.750	Reliabel
Y	5 Butir Pertanyaan	0.857	Reliabel

Sumber : Data ptimer diolah tahun 2017

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* (α) lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X₁ X₂ dan Y adalah reliabel, dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan kejenjang selanjutnya

1. Uji penyimpangan asumsi klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji normalitas data dapat

⁸⁰*Ibid*

⁸¹*Ibid*

dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai signifikannya, jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal.⁸²

4. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi multikolinieritas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar perubah beabs. Multikolinearitas adalah keadaan jika suatu variabel bebas berkorelasi dengan satu atau lebih variabel bebas yang lainnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan problem multikolinieritas.⁸³ Untuk mengetahui adanya uji multikolinieritas dapat dinilai.

5. Uji Heteroskedasitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

Untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas digunakan uji *glejser* yaitu dengan meregresi nilai-nilai residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi. Dasar pengambilan

⁸²V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*, hlm. 225

⁸³ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Semarang : Universitas Diponegoro, 2005), h. 110

keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansi variabel independen dengan nilai tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai signifikansi lebih besar dari nilai α ($\text{sig} > \alpha$), maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

I. Alat Pengujian hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan untuk mengetahui keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah adalah metode regresi linier berganda dengan persamaan umum:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Dimana keterangan :

Y = Keputusan Memilih Produk Pembiayaan

a = Konstanta

X_1 = Faktor Internal

X_2 = Faktor Eksternal

$b_1 b_2$ = Koefisien Regresi

e = Standar error

2. Uji Signifikansi Parameter (Uji t)

Untuk melihat pengaruh dari X terhadap Y dilakukan uji t sebagai berikut, dengan kriteria pengujian :

- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$, H_0 ditolak, H_a diterima.
- Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $-t \text{ hitung} > -t \text{ tabel}$, maka H_0 diterima, H_a ditolak.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) atau untuk mengetahui apakah model regresinya dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak, yaitu dengan cara membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} .

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Pada model linier berganda ini, akan dilihat besarnya kontribusi untuk variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dengan melihat besarnya koefisiensi determinasi totalnya (R^2). Jika determinasi totalnya (R^2) yang diperoleh mendekati satu maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut menerangkan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya jika determinasi totalnya (R^2) makin mendekati 0 (nol) maka semakin lemah pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.⁸⁴

⁸⁴Sudjana, *Metode Statistik* (Bandung : PT Tarsito), h. 373

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Objek Penelitian

1. Sejarah BMT Syariah Makmur

KSPPS BMT Syariah Makmur merupakan lembaga keuangan mikro masyarakat yang berprinsip syariah, yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam mengembangkan usahanya demi pemberdayaan ekonomi umat terutama ekonomi mikro, kecil, dan menengah. Kegiatan pemberdayaan yang dilakukan BMT Syariah Makmur meliputi : pemberdayaan, permodalan, pemberdayaan manajemen, dan pemberdayaan sumber daya manusia. BMT Syariah Makmur (BMT SM) merupakan lembaga keuangan yang berpayung hukum koperasi yang menggunakan pola syariah telah beroperasi mulai tanggal 16 Mei 2004 dan telah mendapat izin resmi dari Pemerintah Kota Bandar Lampung dengan dikeluarkannya izin Badan Hukum No. 001/BH/X.9/I/2007 Tanggal 10 Januari 2007.

Awal berdirinya BMT Syariah Makmur dimulai dari perkumpulan arisan keluarga dan akhirnya dikembangkan untuk pengembangan umat Islam, khususnya di kota Bandar Lampung jumlahnya cukup besar yang pada umumnya tingkat ekonomi mereka tergolong pada kelas menengah kebawah. Dan usaha-usaha ekonomi yang mereka lakukan adalah usaha mikro, kecil dan menengah sehingga perlu mendapatkan sentuhan manajemen dan modal. Berdasarkan hal

tersebut, maka timbul pemikiran untuk menghimpun masyarakat Islam yang jumlahnya cukup besar sebagai kekuatan sumber dana dan apabila kita dapat dengan amanah, aman, dan professional, tentu akan menjadi kekuatan modal untuk memberdayakan ekonomi umat. Disamping itu dana yang berupa amal jariyah, infaq, dan shodaqoh dari kalangan masyarakat Islam dapat di himpun melalui BMT Syariah Makmur yang akan disalurkan bagi kaum dhuafa yang membutuhkan.

Kegiatan utama BMT Syariah Makmur adalah menghimpun dana dari anggota baik berupa titipan amanah, investasi mudharabah ataupun berupa infaq, shodaqoh dan jariyah untuk selanjutnya disalurkan dalam bentuk pembiayaan baik untuk usaha produktif maupun konsumtif serta talangan dana yang pelaksanaannya diatur sesuai dengan prinsip syariah Islam berdasarkan kaidah fiqih dan dalil-dalil syar'i yang dapat dipertanggungjawabkan.

2. Visi, Misi dan Tujuan BMT Syariah Makmur

- a. Visi BMT Syariah Makmur adalah memberdayakan ekonomi umat berdasarkan syariat Islam.
- b. Misi BMT Syariah Makmur adalah meningkatkan dan mengembangkan ekonomi umat terutama ekonomi mikro dan kecil melalui pemberdayaan permodalan sesuai syariat Islam, pemberdayaan manajemen dan sumber daya manusia. Serta meningkatkan ukhuwah umat Islam melalui penggalangan dan pengelolaan ekonomi Islam menuju khoiru ummah.

- c. Tujuan BMT Syariah Makmur didirikan sebagai upaya untuk meningkatkan kualitas dan memberdayakan ekonomi usaha kecil dan mikro di wilayah Bandar Lampung.

3. Secara Organisasi tujuan BMT Syariah Makmur sebagai berikut :

- a. Menjalin ukhuwah Islamiyah.
- b. Membantu golongan masyarakat kecil dan menengah dengan mengembangkan ekonomi umat berdasarkan prinsip muamalah Islamiyah.
- c. Membantu masyarakat dalam menunaikan amaliah ibadah.
- d. Membentuk jaringan ekonomi Islam bersama Lembaga Keuangan Syariah lainnya.
- e. Sebagai sarana kesuksesan dunia akhirat melalui penerapan prinsip muamalah Islamiyah.

4. Motto BMT Syariah Makmur

Motto BMT Syariah Makmur adalah amanah, berimbang, adil, dan barokah.

5. Kelembagaan

- a. Nama koperasi : KSPPS BMT Syariah Makmur.
- b. Tanggal berdiri : 16 Mei 2004.
- c. Alamat koperasi : Jl. SA Tirtayasa No. 11 A Sukabumi Indah.
- d. Akta pendirian : No. 22 tanggal 16 Desember 2006 Notaris Budi Kristiyanto, SH.

- e. No dan Tanggal BH : 001/BH/X.91/2007 Tanggal 10 Januari 2007.
- f. NPWM Nomor : 02.707.401.2-322.000.
- g. SIUP Nomor :510.2.2/897.080/30.18/III.27.2/VII/2013 berlaku hingga 02 Oktober 2017.
- h. TDP Nomor : 07.01.5.15.00304.
- i. HO Nomor : 504.1/02001/30.18/III.27/VI/2013.
- j. Surat Ijin Simpan Pinjam Nomor : 23/SISP/KJKS/IV.36/X/2015.
- k. Sertifikat Nomor Induk Koperasi (NIK) : 1871091020034.

6. Susunan Pengawas, Pengurus dan Pengelola

- a. Pengawas periode 2013-2018 sebagai berikut :

Ketua : Effendi Sunardi, SE

Anggota : Munasir, ST

Anggota : Helmi, SE

- b. Pengurus periode 2013-2018 sebagai berikut :

Ketua : Hi. A Muzakkir, SE

Sekretaris : Drs. Syafrudin Djahri

Bendahara : Jumiati

- c. Pengelola

Manajer : Moh. Fakhrurozi, SPi

Kasir : Jumiati

Administrasi : Siti Royani

Kolektor 1 : Suparno

Kolektor 2 : Irwansyah

d. Jumlah anggota

Anggota biasa : 24 orang

Anggota luar biasa : 190 orang (per 31 Desember 2015)

7. Produk

a. Penghimpun Dana

1. Simpanan Mudharabah
2. Simpanan Wadiah
3. Simpanan Berjangka

b. Penyaluran Dana

1. Pembiayaan Mudharabah
2. Pembiayaan Murabahah
3. Pembiayaan Musyarakah
4. Pembiayaan Gadai
5. Pembiayaan Ijarah
6. Pembiayaan Qardhul Hasan

B. Hasil Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Setiap responden mempunyai karakteristik yang berbeda. Untuk itu perlu dilakukan pengelompokan dengan karakteristik tertentu. Adapun karakteristik yang digunakan dalam penelitian ini adalah apakah responden nasabah di BMT Syariah Makmur, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, lama menjadi nasabah di BMT Syariah Makmur,

banyaknya menggunakan produk pembiayaan musyarakah, sumber informasi produk pelayanan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur. Berikut ini hasil pengelompokan responden berdasarkan kuesioner yang telah di sebar.

a. Karakteristik Berdasarkan Nasabah BMT Syariah Makmur

Adapun data mengenai apakah responden nasabah BMT Syariah Makmur adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Distribusi jawaban responden berdasarkan nasabah bmt syariah makmur

No	Nasabah BMT Syariah Makmur	Jumlah	Persentase %
1.	Ya	90	100%
2.	Tidak	0	0%
Total		90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah BMT Syariah Makmur. Berdasarkan keterangan di atas menunjukan 100% responden adalah nasabah BMT Syariah Makmur.

b. Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah BMT Syariah Makmur adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Distribusi jawaban responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
1.	Laki-Laki	33	36,7%
2.	Perempuan	57	63,3%
Total		90	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui tentang jenis kelamin nasabah BMT Syariah Makmur yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin yang paling banyak adalah jenis kelamin perempuan berjumlah 57 orang atau sebesar 63,3% dan laki-laki berjumlah 33 orang atau sebesar 36,7%. Dari keterangan diatas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini dan nasabah yang menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur adalah perempuan.

c. Karakteristik Pekerjaan Responden

Tabel 4.3
Distribusi jawaban responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan Responden	Jumlah	Persentase
1.	Petani	15	16,7%
2.	Pedagang	55	61,1%
3.	Wiraswasta	20	22,2%
Total		90	100%

Sumber :Data primer diolah 2017

Dari tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, peneliti menyebarkan kuesioner kepada nasabah BMT Syariah Makmur, bahwa nasabah yang berdasarkan pekerjaan sebagai petani yaitu sebanyak 15 orang atau 16,7%, yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 55 orang atau 61,1%, yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 20 orang atau 22,2%.

d. Karakteristik Pendapatan Responden

Tabel 4.4
Distribusi jawaban responden berdasarkan penghasilan

No	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1.	< 1.000.000	41	45,6%
2.	1.000.000-2.500.000	49	54,4%
Total		90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui, untuk pertanyaan pendapatan responden paling banyak menjawab yaitu 1.000.000-2.500.000 dengan jumlah 49 orang atau sebesar 54,4%, < 1000.000 dengan jumlah 41 orang atau sebesar 45,6%. Dari keterangan diatas menunjukan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini memiliki pendapatan 1.000.000-2.500.000.

e. Karakteristik Lama Responden Menjadi Nasabah

Tabel 4.5
Distribusi jawaban responden berdasarkan berapa lama menjadi nasabah BMT Syariah Makmur.

No	Tahun	Jumlah	Persentase
1.	< 1 tahun	26	28,9%
2.	1-2 tahun	45	50%
3.	3-5 tahun	19	21,1%
Total		90	100%

Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui, untuk pertanyaan sudah berapa lama menjadi nasabah BMT Syariah Makmur responden paling banyak menjawab yaitu 1-2 tahun dengan jumlah 45 orang atau sebesar 50%, <1 tahun dengan jumlah 26 orang atau sebesar 28,9%, dan 3-5 tahun dengan jumlah 19 orang atau sebesar 21,1%. Dari keterangan di atas menunjukan bahwa sebagian besar nasabah yang

menjadi responden dalam penelitian ini 1-2 tahun menjadi nasabah BMT Syariah Makmur.

f. Karakteristik Banyaknya Responden Menggunakan Produk Pembiayaan Musyarakah

Tabel 4.6
Distribusi jawaban responden berdasarkan berapa banyak menggunakan produk pembiayaan musyarakah

No	Berapa Banyak	Jumlah	Persentase
1.	2 kali	21	23,3%
2.	3 kali	27	30%
3	4 kali	22	24,5%
4	> 4 kali	20	22,2%
Total		90	100%

Sumber : Data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui, untuk pertanyaan banyaknya responden menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur paling banyak menjawab yaitu 3 kali dengan jumlah 27 orang atau sebesar 30%, 4 kali dengan jumlah 22 orang atau sebesar 24,5%, 2 kali dengan jumlah 21 orang atau sebesar 23,3%, dan > 4 kali dengan jumlah 20 orang atau sebesar 22,2%. Dari keterangan di atas menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur adalah sebanyak 4 kali.

g. Karakteristik Responden Sumber Informasi Tentang Produk
Pembiayaan Di BMT Syariah Makmur

Tabel 4.7
Distribusi jawaban responden berdasarkan sumber informasi
tentang produk pembiayaan musyarakah

No	Sumber Informasi	Jumlah	Persentase
1.	Karyawan BMT	15	16,7%
2.	Brosur	49	54,4%
3	Nasabah Lain	26	28,9%
Total		90	100%

Sumber :Data primer diolah 2017

Dari tabel 4.7 karakteristik responden berdasarkan informasi yang didapat tentang pembiayaan musyarakah BMT Syariah Makmur peneliti menyebarkan kuesioner kepada nasabah pada BMT Syariah Makmur, bahwa nasabah yang berdasarkan informasi yang didapat tentang pembiayaan musyarakah BMT Syariah Makmur di dominasi dari brosur yang disebar oleh pihak BMT Syariah Makmur, di urutan kedua yaitu didapat dari nasabah lain dan di urutan ketiga yaitu didapat dari pegawai BMT Syariah Makmur itu sendiri sebanyak 15 orang atau sebesar 16,7%.

a. Analisa Data

1. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah

a. Gambaran Distribusi Jawaban Responden

1) Variabel X_1 (Faktor Internal)

Distribusi jawaban responden berdasarkan variabel faktor internal dengan indikator persepsi (kebutuhan dan jenis produk) dapat dilihat berdasarkan tabel berikut :

Tabel 4.8
Keputusan nasabah menggunakan jasa pembiayaan musyarakah karena adanya persepsi atas iklan yang ada di brosur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase %
Sangat Setuju	6	6,7%
Setuju	64	71,1%
Netral	20	22,2%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas distribusi jawaban terbesar yaitu 71,1% diikuti dengan 22,2% ini menjelaskan bahwa pengajuan pembiayaan musyarakah karena adanya persepsi atas iklan produk pembiayaan yang ada di brosur. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju terhadap pengajuan pembiayaan musyarakah karena adanya persepsi atas iklan produk pembiayaan yang ada di brosur.

Tabel 4.9
Menggunakan pembiayaan musyarakah karena sangat
bermanfaat dan lebih menguntungkan dari produk pembiayaan
lainnya

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase %
Sangat Setuju	6	6,7%
Setuju	75	83,3%
Netral	9	10%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas distribusi jawaban terbesar yaitu 83,3% diikuti dengan 10% ini menjelaskan bahwa pengajuan pembiayaan musyarakah karena berdasarkan sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan dari produk pembiayaan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata nasabah setuju menggunakan jasa pembiayaan musyarakah karena jenis produk yang sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan dari produk pembiayaan lainnya.

Tabel 4.10
Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan
pada bmt syariah makmur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	4	4,4%
Setuju	73	81,1%
Netral	13	14,5%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas distribusi jawaban terbesar yaitu 81,1% diikuti dengan 14,5% ini menjelaskan bahwa pengajuan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur telah memberikan kepuasan bagi nasabah. Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar nasabah setuju dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan BMT Syariah Makmur.

Tabel 4.11
Kemudahan nasabah dalam mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	5	5,5%
Setuju	69	76,7%
Netral	16	17,8%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas distribusi jawaban terbesar yaitu 76,7% diikuti dengan 17,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju akan kemudahan dan pelayanan yang cepat dalam mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur.

Tabel 4.12
Menggunakan jasa pembiayaan musyarakah adalah dorongan kebutuhan

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	3	3,3%
Setuju	71	78,9%
Netral	16	17,8%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa dapat diketahui nasabah menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur menunjukkan bahwa sebesar 78,9% diikuti dengan 17,8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur adalah dorongan kebutuhan.

Tabel 4.13
Mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah
Makmur karena sesuai dengan pekerjaan saya

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	7	7,8%
Setuju	68	75,6%
Netral	14	15,5%
Tidak Setuju	1	1,1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel di atas dapat diketahui tanggapan responden BMT Syariah Makmur Bandar Lampung tentang indikator kepribadian (berdasarkan jenis pekerjaan) menunjukkan bahwa sebesar 75,6% diikuti dengan 15,5%. Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar nasabah setuju mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur sesuai dengan pekerjaan nasabah yaitu sebagai pedagang.

Tabel 4.14
Pengajuan pembiayaan musyarakah berdasarkan keadaan ekonomi

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	5	5,6%
Setuju	45	50%
Netral	40	44,4%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel di atas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 50% diikuti dengan 44,5% nasabah menyatakan setuju bahwa pengajuan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur adalah faktor kebutuhan ekonomi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju mengajukan pembiayaan karena berdasarkan keadaan ekonomi.

Tabel 4.15
Kondisi ekonomi yang kurang baik menjadi alasan dalam mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	3	3,3%
Setuju	58	64,5%
Netral	29	32,2%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa dapat diketahui kondisi ekonomi responden BMT Syariah Makmur dalam mengajukan pembiayaan menunjukkan bahwa sebesar 64,5% diikuti dengan 32,2%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar

nasabah setuju mengajukan pembiayaan dengan alasan kondisi ekonomi yang kurang baik.

2. Variabel X₂ (Faktor Eksternal)

Tabel 4.16
Pengajuan pembiayaan Pada BMT Syariah Makmur karena sesuai dengan usia dan tahap siklus hidup

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	1	1,1%
Setuju	30	33,3%
Netral	26	28,9%
Tidak Setuju	33	36,7%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber : Data dprimer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel di atas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 36,7% diikuti dengan 33,3% hal ini menjelaskan bahwa nasabah ragu bahwa usia dan siklus hidup menjadi alasan dalam menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah ragu-ragu usia dan siklus hidup menjadi alasan dalam mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Tabel 4.17
Pengaruh minat masyarakat sekitar terhadap pembiayaan
pada BMT Syariah Makmur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	1	1,1%
Setuju	25	27,8%
Netral	38	42,2%
Tidak Setuju	26	28,9%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 42,2% diikuti dengan 28,9% menjelaskan bahwa nasabah ragu dengan minat masyarakat terhadap pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah ragu-ragu akan minat masyarakat terhadap pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Tabel 4.18
Pengajuan pembiayaan karena angsuran sesuai dengan
pendapatan nasabah

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	4	4,4%
Setuju	50	55,6%
Netral	34	37,8%
Tidak Setuju	2	2,2%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat bahwa dapat diketahui tanggapan responden BMT Syariah Makmur tentang indikator demografi di lihat dari pendapatan nasabah menunjukkan bahwa sebesar 55,6% diikuti dengan 37,8% menjelaskan bahwa

pendapatan nasabah menjadi alasan dalam pengajuan pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju pengajuan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung karena berhubungan dengan pendapatan.

Tabel 4.19
Sudah terbiasa mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur untuk memenuhi kebutuhan

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	1	1,1%
Setuju	28	31,1%
Netral	34	37,8%
Tidak Setuju	27	30%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui tanggapan responden BMT Syariah Makmur Bandar Lampung tentang indikator budaya (kebiasaan) menunjukkan bahwa sebesar 37,8% diikuti dengan 31,1% menjelaskan bahwa belum terbiasa menggunakan jasa pembiayaan musyarakah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah ragu-ragu bahwa sudah terbiasa mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung untuk memenuhi kebutuhan.

Tabel 4.20
Pengajuan pembiayaan karena pengaruh dari rekan kerja

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	2	2,2%
Setuju	27	30%
Netral	30	33,3%
Tidak Setuju	31	34,5%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Berdasarkan pada tabel di atas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 34,5% diikuti dengan 33,3% menjelaskan bahwa nasabah tidak setuju dan ragu bahwa rekan kerja menjadi pengaruh dalam mengajukan pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah tidak setuju bahwa pengajuan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur adalah pengaruh dari rekan kerja.

Tabel 4.21
Pengajuan pembiayaan berdasarkan pengaruh keluarga

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	1	1,1%
Setuju	26	28,9%
Netral	42	46,7%
Tidak Setuju	21	23,3%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 46,7% diikuti dengan 28,9% menjelaskan bahwa nasabah ragu bahwa keluarga menjadi pengaruh dalam mengajukan pembiayaan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah ragu-ragu bahwa pengajuan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur adalah pengaruh dari keluarga.

3. Variabel Y (Pembiayaan Musyarakah)

Tabel 4.22

Saya tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	2	2,2%
Setuju	58	64,4%
Netral	30	33,3%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel diatas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 64,4% diikuti dengan 33,3% menjelaskan bahwa nasabah tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

Tabel 4.23

Saya tertarik mencari informasi lebih jauh mengenai keunggulan BMT Syariah Makmur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	4	4,5%
Setuju	57	63,3%
Netral	28	32,2%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	95	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel di atas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 63,3% diikuti dengan 32,2% menjelaskan bahwa

setelah tertarik saat pertama kali melihat dan pertama kali tertarik mencari informasi lebih jauh mengenai keunggulan BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju tertarik mencari informasi lebih jauh mengenai keunggulan yang dimiliki BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Tabel 4.24
Saya ingin menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	5	5,6%
Setuju	54	60%
Netral	30	33,3%
Tidak Setuju	1	1,1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel di atas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 60% diikuti dengan 33,3% menjelaskan bahwa setelah mencari informasi lebih jauh nasabah ingin menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju ingin menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Tabel 4.25
Keputusan (kepercayaan) untuk menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	4	4,5%
Setuju	59	65,5%
Netral	26	28,9%
Tidak Setuju	1	1,1%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel di atas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 65,5% diikuti dengan 28,9% menjelaskan bahwa setelah muncul keinginan menggunakan jasa pembiayaan musyarakah, nasabah percaya untuk menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah percaya untuk menggunakan jasa pembiayaan musyarakah yang diberikan BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Tabel 4.26
Saya merasa tepat menjadi nasabah tetap pada BMT Syariah Makmur

Jawaban Responden	Jumlah Responden	Presentase
Sangat Setuju	3	3,3%
Setuju	56	62,2%
Netral	31	34,5%
Tidak Setuju	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah	90	100%

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan pada tabel di atas, distribusi jawaban terbesar yaitu sebesar 62,2% diikuti dengan 34,5% menjelaskan bahwa setelah timbul rasa percaya, akhirnya nasabah menggunakan jasa

pembiayaan musyarakah dan merasa menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung adalah keputusan yang tepat. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah setuju merasa tepat menjadi nasabah BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengujinya dapat digunakan uji *Kolmogrov Smirnov*. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikannya. Jika signifikan $> 0,05$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal. Hasil uji normalitas (uji *Kolmogrov-Smirnov*) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.27
Hasil Uji Normalitas
(Uji *Kolmogrov-Smirnov*)

Sampel	Nilai <i>Kolmogrov-Smirnov Z</i>	Signifikansi
90	0,559	0,914

Sumber :Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar $0,914 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

2. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari *variance inflation factor* (FIV) dan nilai *tolerance*. Multikolinieritas terjadi jika nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan $VIF > 10$. Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa multikolinieritas yang terjadi tidak berbahaya (lolos uji multikorelasi). Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.28
Hasil Uji Multikolinieritas
(Uji *Tolerance* dan VIF)

Variabel Independen	<i>Tolerance</i>	VIF
Faktor Internal	0.818	1.223
Faktor Eksternal	0.818	1.223

Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan data diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* sebesar $0,818 > 0,10$, sementara nilai VIF sebesar $1,223 < 10,00$ sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap,

maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas.

Dasar pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansi variabel independen dengan nilai tingkat kepercayaan ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai signifikansi lebih besar dari nilai α ($\text{sig} > \alpha$), maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas. Untuk menguji ada tidaknya heterokedastisitas digunakan uji *glejser* yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.29
Hasil Uji Heterokedastisitas
(Uji *Glejser*)

Sampel	Variabel	Signifikansi
90	Faktor Internal	0.182
	Faktor Eksternal	0.196

Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan data di atas diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel faktor internal keputusan nasabah sebesar $0,182 > 0,05$, dan nilai signifikansi untuk variabel faktor eksternal keputusan nasabah sebesar $0,196 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terdapat gejala heterokedastisitas.

4. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan penelitian untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor

prediktor dimanipulasi (di naik turunkan) nilainya, jadi analisis regresi berganda dilakukan bila jumlah variable independennya minimal dua.

Regresi linier berganda digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yang modelnya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana

Y = Pembiayaan Musyarakah

X₁ = Faktor Internal

X₂ = Faktor Eksternal

b₁ = Koefisien Faktor Internal

b₂ = Koefisien Faktor Eksternal

a = Konstanta

e = Standar error

Tabel 4.30
Hasil Uji Regresi Berganda
coefficients_a

Variabel	Koefisien Regresi (B)	T Hitung	Sig	Keterangan
Constant	6,761	3,764	0,000	-
Faktor Internal	0,400	4,628	0,000	Ho Ditolak
Faktor Eksternal	0,141	2,589	0,011	Ha Diterima

Dependent Variable: pembiayaan_musyarakah

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut : Y = 6,761 + (0,400 X₁) + (0,141 X₂) + e

Berdasarkan regresi di atas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 6,761 menunjukkan besarnya pembiayaan musyarakah adalah 6,761 jika variabel faktor internal (X_1), faktor eksternal (X_2) adalah 0 (nol).
2. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel faktor internal keputusan nasabah (X_1), mempunyai arah regresi positif dengan pembiayaan musyarakah yaitu $B = 0,400$ yang berarti bahwa apabila faktor internal keputusan nasabah mengalami peningkatan 1% maka pembiayaan musyarakah akan meningkat sebesar 40% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.
3. Berdasarkan persamaan koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel faktor eksternal keputusan nasabah (X_2) mempunyai arah regresi positif dengan pembiayaan musyarakah $B = 0,141$ yang berarti bahwa apabila faktor eksternal keputusan nasabah mengalami peningkatan 1% maka pembiayaan musyarakah akan mengalami peningkatan 14% dengan asumsi variabel yang lain konstan.

c. Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi pada faktor internal dan faktor eksternal keputusan nasabah

secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembiayaan musyarakah. Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Tingkat signifikansi yang akan digunakan adalah 0.05 dengan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak.
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ pada tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Sebelum menyimpulkan hipotesis yang diterima atau ditolak, terlebih dahulu menentukan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi $5\% : 2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dan derajat kebebasan (df) $n - k - 1$ atau $90 - 2 - 1 = 87$ dengan pengujian dua sisi tersebut hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,988.

Tabel 4.31
Hasil Uji t
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan
Musyarakah

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Parsial	T hitung	Sig	Keterangan
Constant	6,761	0,444	3,764	0,000	-
Faktor Internal	0,400		4,628	0,000	Ha Diterima

Dependent Variable : pembiayaan musyarakah
Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel faktor internal memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,400 dan nilai t_{hitung} sebesar 4,628 dengan nilai sig 0,000. Hal ini menunjukkan

bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,628 > 1,987$ maka H_0 di tolak dan H_a diterima sehingga variabel faktor internal secara statistik dengan ($\alpha = 5\%$) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Variabel faktor internal memiliki pengaruh cukup besar terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah yaitu sebesar 0,444 atau 44,4%.

Tabel 4.32
Hasil Uji t
Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan
Musyarakah

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Parsial	T hitung	Sig	Keterangan
Constant	6,761	0,267	3,764	0,000	-
Faktor Eksternal	0,141		2,589	0,011	Ha Ditolak

Dependent Variable : pembiayaan musyarakah

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel faktor eksternal memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,141 dan nilai t hitung sebesar 2,589 dengan sig 0,011. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,589 > 1,987$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel faktor eksternal secara statistik dengan ($\alpha = 5\%$) memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan ($0,011 > 0,05$). Variabel faktor

eksternal memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur yaitu sebesar 0,267 atau 26,7% dari hasil uji parsial.

2. Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (*sig*). Kriteria pengujian simultan pada skripsi ini yaitu jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian simultan pada skripsi ini menggunakan SPSS 20.00 *for windows*. Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA berikut ini.

Tabel 4.33
Hasil Uji F
ANOVA

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	50.612	2	25.306	23.450	.000 ^a
Residual	93.888	87	1.079		
Total	144.500	89			

a. Predictors: (Constant), faktor_eksternal, faktor_internal

b. Dependent Variable: pembiayaan_musyarakah

Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Berdasarkan data pada kolom F diatas nilai F_{hitung} adalah 23,450, sedangkan pada F_{tabel} diperoleh $F_{tabel} = F(k; n-k) = F(2;88)$

dan menghasilkan nilai F_{tabel} sebesar 3,10 maka nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel independen (X_1, X_2) terhadap variabel dependen (Y) dengan pengaruh sebesar 0,350 atau sebesar 35%.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisiensi determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X). Tujuannya adalah untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Tabel 4.34
Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.350	.335	1.038

a. Predictors: (Constant), faktor_eksternal, faktor_internal

b. Sumber : Data primer diolah tahun 2017

Tabel diatas menjelaskan besarnya koefisien determinasi atau adjust R^2 yaitu sebesar 0,335 hal tersebut menunjukan bahwa 33,5% variabel pembiayaan musyarakah dapat dijelaskan oleh variabel faktor internal dan faktor eksternal keputusan nasabah.

Sedangkan sisanya (100%-33,5%) adalah 66,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian tersebut diatas.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah.

1. Analisis Faktor Internal Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Musyarakah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor internal diperoleh t hitung sebesar 4,628 dengan nilai signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,400. Variabel faktor internal memiliki pengaruh cukup besar terhadap keputusan nasabah dalam memilih pembiayaan musyarakah yaitu sebesar 0,444 atau 44,4% yang didominasi oleh indikator psikologis yaitu persepsi nasabah berdasarkan jenis produk yang sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan dibandingkan produk pembiayaan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Bandar Lampung. Maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan bahwa faktor internal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT

Syariah Makmur Bandar Lampung. Maka hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Hal ini dikarenakan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator psikologis berdasarkan jenis produk yang sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan dari produk pembiayaan lainnya yaitu sebesar 83,3% mayoritas nasabah menjawab setuju. Selanjutnya sebesar 81,1% menjawab setuju pada pernyataan kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Selanjutnya terdapat data yang sama yaitu setuju sebesar 78,9% pada pernyataan menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung adalah dorongan kebutuhan untuk menjalankan usaha. Selanjutnya sebesar 76,7% menjawab setuju bahwa kemudahan menjadi alasan nasabah dalam mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Selanjutnya sebesar 75,6% menjawab setuju bahwa menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur adalah untuk memenuhi kecukupan modal dalam menjalankan usaha sebagai pedagang. Selanjutnya terdapat data yang sama sebesar 71,1% menjawab setuju pada pernyataan bahwa keputusan nasabah menggunakan jasa

Selanjutnya sebesar 64,5% menjawab setuju bahwa kondisi ekonomi yang kurang baik menjadi alasan dalam mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Selanjutnya terdapat data yang sama yaitu sebesar 50% menjawab setuju bahwa pengajuan pembiayaan berdasarkan keadaan ekonomi.

Selanjutnya 22,2% menjawab netral bahwa keputusan mengajukan pembiayaan musyarakah karena sesuai dengan pekerjaan nasabah sebagai pedagang, 10% menjawab netral bahwa mengajukan pembiayaan berdasarkan jenis produk yang sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan dari produk pembiayaan lainnya, jawaban sama sebesar 14,5% menjawab netral bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan petugas BMT Syariah Makmur Bandar Lampung, 17,8% menjawab netral bahwa prosedur pelayanan yang mudah dan cepat dalam mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung, 17,8% menjawab netral bahwa menggunakan jasa pembiayaan adalah dorongan kebutuhan, 15,5% menjawab netral bahwa menggunakan jasa pembiayaan untuk karena sesuai dengan pekerjaan nasabah sebagai pedagang, 44,4% dengan jawaban yang sama bahwa mengajukan pembiayaan berdasarkan keadaan ekonomi, dan terakhir 32,2% menjawab netral bahwa kondisi ekonomi yang kurang baik menjadi alasan dalam mengajukan

pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Hasil tersebut menjelaskan bahwa sebagian besar responden menjawab setuju pada variabel faktor internal, yang artinya persepsi nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur memiliki manfaat dan keuntungan dibandingkan dengan produk pembiayaan lainnya, serta memberikan kepuasan dalam pelayanan prosedur pembiayaan dengan cepat dan mudah. Sehingga keuntungan dan kepuasan yang diberikan BMT Syariah Makmur dapat mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

2. Analisis Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Musyarakah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel faktor eksternal diperoleh nilai t hitung sebesar 2,589 dengan signifikansi 0,011 lebih besar dari 0,05 ($0,011 > 0,05$) dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,141, variabel faktor eksternal memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung yaitu sebesar 0,267 atau 26,7%. Hipotesis kedua dalam penelitian ini yaitu faktor eksternal mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah

pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Dari hasil tersebut maka hipotesis kedua dalam penelitian ini ditolak.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor eksternal mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Hal ini bisa disebabkan karena nasabah sebagian besar ragu dengan pengaruh faktor eksternal yang terjadi pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung, hal tersebut dapat dilihat dari distribusi jawaban pada kuesioner dimana 55,6% menjawab setuju bahwa pengajuan pembiayaan berhubungan dengan pendapatan nasabah.

Selanjutnya 33,3% menjawab setuju bahwa pengajuan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung karena faktor usia dan siklus hidup, 31,1% menjawab setuju bahwa sudah terbiasa menggunakan jasa pembiayaan musyarakah, 30% menjawab setuju bahwa pengajuan pembiayaan karena pengaruh rekan kerja, 28,9% menjawab setuju bahwa pengajuan pembiayaan adalah pengaruh keluarga, dan 27,8% menjawab setuju bahwa minat masyarakat terhadap pembiayaan pada BMT Syariah Makmur menjadi salah satu alasan dalam mengajukan pembiayaan.

Selanjutnya 46,7% menjawab netral bahwa pengajuan pembiayaan adalah pengaruh keluarga, 42,2% menjawab netral bahwa minat masyarakat menjadi alasan dalam mengajukan pembiayaan, dan

jawaban sama sebesar 37,8% menjawab netral bahwa pengajuan pembiayaan berhubungan dengan pendapatan, 37,8% menjawab netral bahwa sudah terbiasa menggunakan jasa pembiayaan muayarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung, 33,3% menjawab netral bahwa pengajuan pembiayaan pengaruh dari rekan kerja, dan 28,9% menjawab netral bahwa pengajuan pembiayaan karena faktor usia dan siklus hidup.

Hasil ini mungkin dikarenakan keadaan demografi, sosial, dan budaya yang kurang baik dimata nasabah. Sehingga faktor eksternal tidak mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.

3. Analisis Faktor Internal Dan Eksternal Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Pembiayaan Musyarakah

Dari hasil pengujian diperoleh nilai F hitung sebesar 23.450 dan F_{tabel} dengan nilai 3.10 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa faktor internal dan eksternal berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur. Maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima.

Pada dasarnya suatu keputusan akan melibatkan antara dua pilihan atau lebih alternatif pilihan tindakan. Dalam sebuah proses pengambilan keputusan penggunaan suatu produk, nasabah akan

dihadapkan pada situasi pilihan menggunakan atau tidak suatu produk yang ditawarkan dengan berbagai karakteristik.

Terdapat satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah yaitu faktor internal yang didominasi oleh persepsi masyarakat maka akan semakin mempengaruhi nasabah yang mengambil keputusan untuk mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung, begitu pula sebaliknya jika persepsi masyarakat tidak baik mengenai BMT Syariah Makmur Bandar Lampung juga akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk tidak menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

Pada hasil kuesioner variabel pembiayaan musyarakah dengan 5 item pertanyaan diketahui item yang paling mendorong nasabah terhadap keputusan memilih produk pembiayaan musyarakah yaitu sebesar 64,4% menjawab setuju bahwa nasabah tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur, selanjutnya 63,3% menjawab setuju bahwa nasabah tertarik mencari informasi lebih mengenai keunggulan BMT Syariah Makmur dibandingkan dengan BMT lainnya baik dari segi produk, dan lain sebagainya, selanjutnya 60% menjawab setuju bahwa nasabah ingin menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur, selanjutnya 62,2% menjawab setuju bahwa nasabah tertarik menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur karena menggunakan prinsip bagi hasil dan sesuai dengan prinsip

syariah, dan yang terakhir 65,5% menjawab setuju bahwa nasabah merasa tepat untuk menjadi nasabah tetap jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur. Hasil menunjukkan bahwa faktor internal dan eksternal secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data, pengujian hipotesis analisis dan pembahasan hasil tentang analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Sukabumi Indah Bandar Lampung, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor internal yang terdiri dari 4 indikator yaitu persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian berpengaruh positif dan signifikan sebesar 44,4% yang dominan dipengaruhi oleh persepsi masyarakat dengan persentase sebesar 83,3% setuju bahwa pembiayaan musyarakah lebih menguntungkan dan sangat bermanfaat dibandingkan jenis produk pembiayaan lainnya sangat berpengaruh terhadap pengajuan pembiayaan terhadap BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Sebesar 44,4% menjawab netral, hal ini menjelaskan bahwa masih terdapat keraguan dimata responden bahwa keadaan ekonomi menjadi pengaruh dalam mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.
2. Faktor eksternal yang terdiri dari 3 indikator yaitu demografi, sosial, dan budaya memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan sebesar 26,7% terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor eksternal memiliki

pengaruh kecil terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah. Kondisi ini karena dari kuesioner yang disebar peneliti kepada responden dimana responden menyatakan ragu-ragu terhadap pernyataan pengajuan pembiayaan berdasarkan pengaruh keluarga. Pengajuan pembiayaan musyarakah adalah untuk memenuhi kebutuhan modal usaha yang dijalankan nasabah, sehingga pendapatan yang diperoleh menjadi suatu alasan nasabah dalam menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur.

3. Keputusan nasabah yang terdiri dari 5 indikator yaitu *attention, interest, desire, decision dan action* secara simultan kedua variabel yaitu faktor internal dan faktor eksternal memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk pembiayaan musyarakah. Kondisi ini ditunjang dari kuesioner yang disebar peneliti kepada responden dimana sebagian besar responden menjawab setuju untuk semua pernyataan. Namun demikian, terdapat penurunan presentase pada pernyataan bahwa setelah mencari informasi lebih jauh nasabah ingin menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Untuk hasil uji determinasi besarnya R^2 adalah 0,335 hal tersebut berarti 33,5% variabel keputusan nasabah dipengaruhi variabel faktor internal dan faktor eksternal sedangkan sisanya 66,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti oleh penyusun. Hal ini menunjukkan bahwa faktor internal dan faktor eksternal memiliki pengaruh cukup besar terhadap keputusan nasabah

dalam memilih produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

B. Saran

1. Faktor internal yang terdiri dari indikator persepsi, sikap, motivasi, dan kepribadian adalah faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur akan tetapi lebih dominan dipengaruhi oleh jenis produk pembiayaan yang sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan serta merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Keunggulan pembiayaan *musyarakah* di BMT Syariah Makmur Bandar Lampung yang sangat bermanfaat dan menguntungkan serta kepuasan dan kemudahan dalam prosedur pelayanan pengajuan pembiayaan hendaknya dipertahankan agar tercipta kepercayaan terhadap BMT Syariah Makmur Bandar Lampung dan akhirnya memunculkan perilaku positif nasabah.
2. Dalam penelitian ini faktor eksternal berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur. Hal ini dikarenakan keraguan nasabah bahwa keluarga dapat mempengaruhi keputusan pengajuan pembiayaan. Oleh karena itu, BMT Syariah Makmur harus melakukan pendekatan secara persuasif agar dapat menarik minat nasabah untuk menggunakan produk pembiayaan pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.

3. Dalam penelitian ini faktor internal dan faktor eksternal secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah memilih pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung. Oleh karena itu, BMT Syariah Makmur harus lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi nasabah agar lebih tertarik untuk menggunakan produk pembiayaan yang ada pada BMT Syariah Makmur Bandar Lampung.



DAFTAR PUSTAKA

Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahan*.

Dermawan, Rizky. *Pengambilan Keputusan*. Bandung : Alfabeta. 2013.

Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro. 2005.

Gufon, Sofiniyah dkk. *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syari'ah*. Jakarta: Renaissan ITC Cempaka Mas. 2005.

Hanik Sutarni, Setiowati. *perilaku konsumen konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Bogor : Kencana. 2002.

Himpunan Fatwa-Fatwa DSN MUI

Huda, Nurul Purnama Putra, dkk. *Baitul Maal wattamwil*. Jakarta : AMZAH. 2016.

Koentjaraningrat. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia. 1980.

Kotler, Philip, A.B. Susanto. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Dua Belas Jilid Satu*. Jakarta : Erlangga. 2008.

Kuncoro, Mudradjat. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga. 2003.

Laporan Pertanggungjawaban Pengurus KSPPS BMT Syariah Makmur tahun. 2015.

Nasution. *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: Bumi Aksara. 2012.

Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*.

Bandung : Alfabeta. 2012.

Noor,Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Kencana.2011.

Poerwa, Darminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : PN. Balai

Pustaka.1997.

Remy, Sutan Sjahdini. *Perbankan Syariah Produk-produk dan Aspek-aspek*

Hukumnya. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group. 2014.

Ridwansyah. *Pendidikan Dasar Perbankan Syariah*. kumpulan diklat pembiayaan

Lampung, 2009.

Rivai, Veithzal. *Financial Institution Management*. Jakarta : Rajawali Pers. 2013.

Sudjana. *Metode Statistik*. Bandung : PT Tarsito.

Sugiono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung.2013.

Sugiono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.2010.

Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta:

Pustakaberupress.2015.

Umar, Husein. *Research Methods In Finance And Banking*. Jakarta: PT Gramedia

pustaka Utama.2012.

Undang-Undang RI no 7 tahun 1992 tentang Perbankan.

Undang-Undang Republik Indonesia No 21 Tahun 2008 tentang Perbankan.

Vancevich, John M, Robert Konopaske,dkk. *Perilaku dan Manajemen Organisasi*.

Penerbit Erlangga. 2006.

Skripsi dan Jurnal

Adi,Sulis Pamungkas. *Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah*

memilih kredit pada bank BMT Ahmad Dahlan di cawas. Kamis, 16 Februari
2017. Pukul 14.00 Wib.

Butar, Tumpal. *Faktor-Faktor yang mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam
memilih Kredit Perbankan.* Skripsi penelitian.2014.

Ikhwani Gusri Mayanti, 2015. Analisis Faktor-Faktor Yang Memepngaruhi
Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Jurusan Ekonomi Islam
Tahun Angkatan 2014 Fakultas FEBI Dalam Perspektif Ekonomi Islam.
Skripsi.





KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Bapak/Ibu, pada saat ini saya Ida Liza yang merupakan mahasiswi program studi perbankan syariah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung ini memohon waktu Bapak/Ibu untuk mengisi angket yang berisi butir-butir pertanyaan serta pernyataan. Angket ini digunakan untuk mengumpulkan data guna menyusun tugas akhir skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Produk Pembiayaan Musyarakah”**. Sebagai syarat untuk menyelesaikan tugas akhir saya.

Jawaban yang Bapak/Ibu berikan tidak dinilai benar atau salah. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dimohon Bapak/Ibu memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Semua jawaban dan identitas Bapak/Ibu **dijamin kerahasiaannya**.

Atas kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi angket ini, saya ucapkan terimakasih. Semoga kebaikan Bapak/Ibu mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Bandar Lampung, 20 Juli 2017
Hormat saya

Ida Liza

a. Karakteristik Responden

Isilah dan lingkari jawaban yang menurut saudara adalah sesuai dengan kenyataannya.

1. (Jika ya silahkan lanjutkan) Apakah anda nasabah BMT Syariah Makmur?
 - a. Ya b. Tidak
2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki b. Perempuan
3. Pekerjaan saudara saat ini :
 - a. Pelajar/Mahasiswa c. Wiraswasta e. lain-lain (sebutkan)
 - b. PNS d. Karyawan Swasta
4. Pendapatan saudara saat ini :
 - a. < Rp 1.000.000 c. Rp 3 jt- 4 jt
 - b. Rp 1 jt – Rp 2.500.000 d. > 5 jt
5. Sudah berapa lama saudara menjadi nasabah BMT Syariah Makmur :
 - a. < 1 tahun c. 3 – 5 tahun
 - b. 1 – 2 tahun d. > 5 tahun
6. Berapa kali saudara menggunakan produk pembiayaan musyarakah di BMT Syariah Makmur :
 - a. 1 kali c. 3 kali e. > 4 kali
 - b. 2 kali d. 4 kali
7. Dari mana saudara mengetahui produk layanan pembiayaan musyarakah di BMT Syariah Makmur :
 - a. Karyawan BMT Syariah Makmur
 - b. Brosur
 - c. Televisi, internet, Koran
 - d. Nasabah lain

1. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Mohon baca tiap-tiap pernyataan, kemudian pilih salah satu dari 5 jawaban yang paling sesuai dengan keadaan saudara , dengan memberikan tanda ceklis (√) pada :

Keterangan :

5 = (SS) : Sangat Setuju

4 = (S) : Setuju Setuju

3 = (N) : Netral

2 = (TS) : Tidak Setuju

1 = (STS) : Sangat Tidak

a. Faktor Internal

Psikologis

Indikator Variabel	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Persepsi	1. Saya menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena adanya persepsi atas iklan produk layanan pembiayaan yang terdapat di brosur.					
	2. Saya memilih jasa pembiayaan musyarakah karena jenis produk pembiayaan sangat bermanfaat dan lebih menguntungkan dibandingkan produk pembiayaan lainnya.					
Sikap	1. Saya merasa puas menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena pelayanan petugas BMT Syariah makmur sangat baik.					
	2. Saya menggunakan jasa pembiayaan pada BMT Syariah Makmur karena BMT Syariah Makmur memberikan pelayanan dengan cepat.					
Motivasi	1. Saya menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena adanya dorongan kebutuhan modal untuk menjalankan usaha.					

Kepribadian

Pekerjaan	1. Saya mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur karena sesuai dengan pekerjaan saya.					
Keadaan ekonomi	2. Saya mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena sesuai dengan keadaan ekonomi saya.					
	3. Kondisi ekonomi yang kurang baik menjadi alasan saya mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur.					

b. Faktor Eksternal Demografi

Indikator Variabel	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Pendapatan	1. Saya memilih pembiayaan musyarakah karena beban angsuran sesuai dengan kemampuan saya.					
Minat Masyarakat	2. Saya mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena dipengaruhi oleh minat masyarakat sekitar.					
Usia	3. Saya mengajukan pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur karena sesuai dengan usia dan tahap siklus hidup saya.					

Budaya

Kebiasaan	1. Saya sudah terbiasa menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur untuk memenuhi kebutuhan.					
-----------	---	--	--	--	--	--

Sosial

Pengaruh rekan kerja	1. Saya mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur karena pengaruh dari rekan kerja.					
Pengaruh keluarga	2. Saya mengajukan pembiayaan pada BMT Syariah Makmur karena pengaruh dari rekan keluarga.					

2. Produk Pembiayaan Musyarakah (Y)

Indikator Variabel	Pernyataan	SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
Attention	1. Saya tertarik saat pertama kali melihat dan mendengar produk pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur					
Interest	1. Saya tertarik untuk mencari informasi lebih jauh tentang keunggulan BMT Syariah Makmur dibandingkan BMT lainnya baik dari segi produk, dan lain sebagainya.					
Desire	1. Saya ingin menggunakan jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.					
Decision	1. Saya menggunakan jasa pembiayaan musyarakah di BMT Syariah Makmur karena menggunakan prinsip bagi hasil dan sesuai dengan prinsip syariah.					
Action	1. Saya menjadi nasabah tetap jasa pembiayaan musyarakah pada BMT Syariah Makmur.					

Faktor Internal (X1)									
No responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	Total
1	5	4	5	5	4	5	4	5	28
2	4	5	4	5	4	5	5	4	27
3	4	5	4	4	4	4	4	5	25
4	5	4	5	4	5	4	4	4	27
5	4	4	4	5	4	5	4	5	25
6	4	4	4	4	4	4	5	4	25
7	3	4	4	4	3	4	4	3	22
8	4	4	4	4	4	4	3	4	23
9	4	4	4	3	4	4	4	4	23
10	4	4	4	4	5	4	3	4	24
11	4	4	3	4	4	4	3	4	22
12	3	4	4	3	4	4	4	4	23
13	4	4	4	4	4	2	3	4	21
14	4	4	3	4	4	4	3	4	22
15	4	4	3	4	4	4	4	4	23
16	4	4	3	4	4	4	4	4	23
17	4	4	4	4	3	4	3	4	22
18	3	4	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	3	4	23
20	3	4	4	4	4	4	3	3	22
21	3	4	4	4	4	3	4	3	22
22	4	4	4	4	3	5	3	4	23
23	3	4	4	4	4	4	3	4	23
24	4	4	4	3	3	4	4	4	22
25	4	4	4	4	3	4	4	3	22
26	4	3	4	4	4	4	3	4	23
27	3	4	4	4	4	3	4	3	22
28	4	3	4	4	4	4	3	4	23
29	5	4	4	3	4	4	3	4	22

30	4	4	4	4	4	3	4	4	23
31	3	4	3	4	4	3	4	4	22
32	4	4	4	3	4	5	3	4	23
33	5	4	4	4	4	4	4	3	23
34	4	4	4	4	4	4	4	3	23
35	4	4	4	4	4	3	4	4	23
36	4	4	4	5	4	4	4	4	25
37	5	4	4	4	4	3	3	3	21
38	4	4	5	3	4	3	4	3	22
39	4	4	4	4	4	4	4	3	23
40	4	4	3	4	4	4	3	4	22
41	3	4	4	5	4	4	3	4	24
42	4	4	4	4	4	4	4	4	24
43	3	4	3	4	4	4	3	3	21
44	4	4	4	4	3	4	3	4	22
45	3	4	4	3	4	4	5	3	23
46	4	4	4	3	3	4	4	3	21
47	3	3	3	4	4	3	4	3	21
48	4	4	4	4	4	4	3	4	23
49	4	4	4	4	4	4	3	3	22
50	4	3	4	4	4	4	3	3	22
51	4	4	4	4	4	4	3	3	22
52	4	3	4	4	4	4	3	4	23
53	4	3	4	4	4	4	3	4	23
54	4	4	4	3	4	4	4	3	22
55	3	4	4	4	4	4	3	3	22
56	4	4	3	4	4	4	5	3	23
57	5	4	3	4	3	4	3	3	20
58	4	4	4	4	4	3	4	4	23
59	3	4	4	3	4	4	3	3	21
60	3	4	4	4	3	4	3	3	21

61	4	4	4	4	3	4	4	4	23
62	4	4	4	4	3	4	3	4	22
63	4	4	4	4	4	3	4	4	23
64	4	4	4	3	4	4	3	3	21
65	3	4	3	4	3	4	3	3	20
66	3	4	4	4	4	4	3	4	23
67	4	5	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	4	4	4	3	4	23
70	4	4	4	4	4	4	4	3	23
71	4	4	4	4	5	3	5	4	25
72	4	5	3	4	4	4	3	4	22
73	4	4	4	4	4	4	4	3	23
74	4	4	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	3	4	5	4	3	23
76	4	4	4	4	4	4	3	4	23
77	4	4	4	3	4	4	4	4	23
78	4	4	4	4	4	3	4	4	23
79	4	3	4	4	4	4	3	4	23
80	4	3	4	4	4	4	3	4	23
81	4	5	4	4	4	4	4	4	24
82	4	5	5	4	4	5	4	4	26
83	4	4	4	4	4	4	3	4	23
84	4	4	4	4	4	4	4	4	24
85	4	4	4	4	3	4	4	4	23
86	4	4	4	3	4	4	4	4	23
87	4	4	4	3	3	4	4	4	22
88	3	4	3	3	4	3	4	4	21
89	3	3	4	4	3	4	3	3	21
90	3	4	4	3	3	3	4	4	21

Faktor eksternal X2

No responden	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
1	5	4	4	5	4	4	26
2	4	3	4	3	4	4	22
3	4	4	5	4	5	5	21
4	3	4	4	3	4	3	21
5	4	3	4	4	4	3	22
6	3	4	4	4	3	4	22
7	4	3	3	3	3	3	19
8	3	4	3	4	4	3	21
9	3	2	3	3	4	3	18
10	4	4	3	4	3	4	22
11	3	3	4	3	4	3	20
12	4	4	3	4	5	4	24
13	4	3	4	3	3	4	21
14	4	3	4	3	4	2	20
15	4	3	3	2	3	3	18
16	2	3	3	3	4	4	19
17	2	3	3	3	3	4	18
18	3	3	4	2	4	3	19
19	3	2	3	4	4	3	19
20	4	3	3	4	3	4	21
21	4	4	4	3	2	3	20
22	2	2	3	3	4	4	18
23	2	3	4	2	2	3	16
24	2	2	3	3	2	3	15
25	2	3	3	2	3	4	17
26	2	4	3	4	3	2	18
27	2	3	4	2	4	3	18
28	2	3	3	2	4	4	18
29	2	4	3	3	2	2	16
30	2	3	4	4	3	3	19
31	2	2	4	3	4	2	17
32	2	2	3	4	3	3	17
33	2	4	3	3	3	2	17
34	4	3	3	4	3	3	20
35	3	4	3	4	4	2	20
36	4	3	3	4	2	4	20
37	3	2	4	4	2	2	17
38	2	2	3	3	3	4	17
39	2	3	4	3	4	3	19
40	4	3	4	2	3	3	19

41	4	3	2	4	2	3	18
42	3	4	3	2	2	2	16
43	2	3	4	3	4	3	19
44	4	3	4	3	2	3	19
45	2	3	4	3	2	4	18
46	3	2	3	2	2	2	14
47	3	4	4	2	2	3	18
48	4	4	4	4	4	3	23
49	2	3	4	2	4	3	18
50	2	4	3	4	2	2	17
51	3	4	3	4	2	3	19
52	2	3	4	4	2	2	17
53	2	4	4	4	4	3	21
54	2	4	3	4	2	2	17
55	2	3	4	3	4	4	20
56	2	3	4	2	3	3	17
57	3	2	4	2	4	3	18
58	3	2	5	2	3	3	18
59	2	3	4	2	3	2	16
60	2	5	4	3	2	2	18
61	2	2	3	4	2	3	16
62	2	3	4	2	2	4	17
63	2	2	3	2	2	3	14
64	2	2	4	2	2	3	15
65	2	2	4	2	3	2	15
66	2	3	4	2	2	2	15
67	2	2	3	2	2	3	14
68	2	2	3	4	4	3	18
69	3	4	2	3	3	4	19
70	2	3	4	3	2	4	18
71	4	2	4	3	4	2	19
72	3	2	4	3	2	4	19
73	4	2	3	2	2	2	15
74	4	2	4	3	3	3	21
75	3	2	4	3	2	2	16
76	3	2	3	4	3	2	19
77	3	2	3	2	3	2	15
78	4	2	4	3	4	3	21
79	3	2	4	2	3	3	17
80	4	2	3	3	2	3	18
81	3	2	3	4	3	3	18
82	2	2	4	2	3	4	18
83	4	2	4	3	2	4	19
84	4	2	4	2	3	4	20

85	2	2	3	3	2	4	16
86	3	2	3	4	3	4	21
87	2	2	4	3	4	3	19
88	3	2	3	2	3	4	17
89	3	2	3	3	2	3	16
90	3	2	3	4	3	3	18

Produk pembiayaan musyarakah (Y)

No responden	P1	P2	P3	P4	P5	Total
1	5	4	4	5	4	22
2	4	5	5	4	3	21
3	4	5	4	4	5	22
4	4	4	5	4	4	21
5	4	5	4	5	4	22
6	3	4	5	4	4	20
7	4	4	4	4	5	19
8	4	4	5	4	4	21
9	5	4	4	4	3	20
10	4	4	4	3	5	20
11	4	3	5	4	4	20
12	4	3	4	4	4	19
13	3	4	3	4	4	18
14	4	5	4	3	4	20
15	3	4	4	4	3	18
16	3	4	4	5	4	20
17	4	3	4	4	3	18
18	4	3	4	3	4	18
19	3	4	3	4	3	17
20	4	3	3	4	4	18
21	3	3	3	4	3	16
22	4	3	4	3	4	18
23	3	4	3	4	3	17
24	4	4	3	3	4	18
25	4	3	3	4	2	16
26	4	4	4	4	4	20

27	3	4	3	4	4	18
28	4	3	4	3	3	17
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	3	4	4	19
31	4	4	4	3	4	19
32	4	3	4	4	4	19
33	3	3	4	3	3	16
34	4	3	4	3	3	17
35	3	4	4	4	4	19
36	4	3	4	3	4	18
37	3	4	2	4	3	16
38	4	3	4	3	4	18
39	3	4	4	3	4	18
40	4	4	3	4	4	19
41	4	3	4	3	4	18
42	4	4	3	4	4	19
43	4	4	3	3	4	18
44	4	4	4	3	4	19
45	4	4	3	3	4	18
46	3	4	4	3	4	18
47	4	4	3	4	3	18
48	3	4	3	4	4	18
49	4	3	3	4	3	17
50	3	4	4	4	3	18
51	3	4	4	3	4	18
52	4	4	3	4	3	18
53	4	4	4	3	3	18
54	4	3	4	4	4	19
55	3	4	3	4	4	18
56	3	4	4	3	4	18
57	4	3	4	4	4	19
58	4	3	4	4	4	19
59	3	4	3	4	3	17
60	3	4	3	3	4	17
61	3	4	3	4	4	18

62	4	4	3	3	4	18
63	4	3	4	4	3	18
64	4	3	4	3	4	18
65	4	3	4	4	3	18
66	4	4	3	4	3	18
67	3	4	4	3	3	17
68	4	3	4	4	4	19
69	4	4	3	4	4	19
70	3	4	4	4	3	18
71	4	4	3	4	4	19
72	4	4	4	4	3	19
73	3	4	4	3	4	18
74	4	4	3	4	4	19
75	3	4	4	4	3	18
76	4	4	3	4	3	18
77	3	4	4	4	4	19
78	4	3	4	3	4	18
79	4	4	3	4	4	19
80	3	4	3	4	4	18
81	4	4	4	3	4	19
82	4	4	4	4	4	20
83	4	3	4	4	4	19
84	4	3	4	4	4	19
85	4	4	4	3	4	19
86	4	3	4	3	4	18
87	4	4	4	4	4	20
88	3	3	3	4	4	17
89	3	3	4	3	3	16
90	3	4	4	3	4	18

1. Uji Validitas Faktor Internal (X₁)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.081	.235*	.097	.147	.192	.020	.247*	.334**
	Sig. (2-tailed)		.446	.026	.364	.166	.070	.849	.019	.001
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P2	Pearson Correlation	.081	1	.045	.034	.035	.142	.316**	.164	.283**
	Sig. (2-tailed)	.446		.672	.747	.740	.180	.002	.122	.007
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P3	Pearson Correlation	.235*	.045	1	-.011	.102	.157	.111	.121	.497**
	Sig. (2-tailed)	.026	.672		.918	.337	.139	.297	.256	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P4	Pearson Correlation	.097	.034	-.011	1	.121	.126	-.066	.248*	.450**
	Sig. (2-tailed)	.364	.747	.918		.255	.236	.537	.019	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P5	Pearson Correlation	.147	.035	.102	.121	1	-.113	.127	.158	.470**
	Sig. (2-tailed)	.166	.740	.337	.255		.288	.233	.136	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P6	Pearson Correlation	.192	.142	.157	.126	-.113	1	-.091	.140	.406**
	Sig. (2-tailed)	.070	.180	.139	.236	.288		.394	.188	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P7	Pearson Correlation	.020	.316**	.111	-.066	.127	-.091	1	.032	.446**
	Sig. (2-tailed)	.849	.002	.297	.537	.233	.394		.764	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
P8	Pearson Correlation	.247*	.164	.121	.248*	.158	.140	.032	1	.573**
	Sig. (2-tailed)	.019	.122	.256	.019	.136	.188	.764		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.334**	.283**	.497**	.450**	.470**	.406**	.446**	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90	90	90

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Realibilitas X₁

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	8

2. Uji Validitas Variabel Faktor Eksternal (X_2)

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1 Pearson Correlation	1	.153	.153	.233*	.137	.157	.598**
Sig. (2-tailed)		.150	.151	.027	.197	.139	.000
N	90	90	90	90	90	90	90
P2 Pearson Correlation	.153	1	.079	.281**	.066	.055	.516**
Sig. (2-tailed)	.150		.459	.007	.534	.604	.000
N	90	90	90	90	90	90	90
P3 Pearson Correlation	.153	.079	1	-.110	.363**	.138	.377**
Sig. (2-tailed)	.151	.459		.301	.000	.195	.000
N	90	90	90	90	90	90	90
P4 Pearson Correlation	.233*	.281**	-.110	1	.160	.069	.542**
Sig. (2-tailed)	.027	.007	.301		.131	.518	.000
N	90	90	90	90	90	90	90
P5 Pearson Correlation	.137	.066	.363**	.160	1	.208*	.572**
Sig. (2-tailed)	.197	.534	.000	.131		.049	.000
N	90	90	90	90	90	90	90
P6 Pearson Correlation	.157	.055	.138	.069	.208*	1	.454**
Sig. (2-tailed)	.139	.604	.195	.518	.049		.000
N	90	90	90	90	90	90	90
TOTAL Pearson Correlation	.598*	.516**	.377**	.542**	.572**	.454**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	90	90	90	90	90	90	90

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas X_2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	6

3. Uji Validitas Variabel Pembiayaan Musyarakah (Y)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	-.153	.171	.053	.131	.483**
	Sig. (2-tailed)		.149	.106	.619	.219	.000
	N	90	90	90	90	90	90
P2	Pearson Correlation	-.153	1	-.088	.164	.156	.448**
	Sig. (2-tailed)	.149		.409	.121	.143	.000
	N	90	90	90	90	90	90
P3	Pearson Correlation	.171	-.088	1	-.122	.159	.501**
	Sig. (2-tailed)	.106	.409		.253	.135	.000
	N	90	90	90	90	90	90
P4	Pearson Correlation	.053	.164	-.122	1	-.108	.397**
	Sig. (2-tailed)	.619	.121	.253		.310	.000
	N	90	90	90	90	90	90
P5	Pearson Correlation	.131	.156	.159	-.108	1	.530**
	Sig. (2-tailed)	.219	.143	.135	.310		.000
	N	90	90	90	90	90	90
TOTAL	Pearson Correlation	.483**	.448**	.501**	.397**	.530**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	5

4. Uji Asumsi Klasik
 - a. Uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.02709217
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.057
	Negative	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.559
Asymp. Sig. (2-tailed)		.914

a. Test distribution is Normal.

- b. Uji Multikoloniartitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.761	1.796		3.764	.000		
	Faktor_internal	.400	.086	.442	4.628	.000	.818	1.223
	Faktor_eksternal	.141	.055	.247	2.589	.011	.818	1.223

a. Dependent Variable:

PEMBIAYAAN_MUSYARAKAH

c. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.625	1.097		1.481	.142
Faktor_internal	-.071	.053	-.157	-1.346	.182
Faktor_eksternal	.043	.033	.152	1.304	.196

a. Dependent Variable: RES2

5. Uji Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.761	1.796		3.764	.000
Faktor_internal	.400	.086	.442	4.628	.000
Faktor_eksternal	.141	.055	.247	2.589	.011

a. Dependent Variable:

PEMBIAYAAN_MUSYARAKAH

6. Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	50.612	2	25.306	23.450	.000 ^a
Residual	93.888	87	1.079		
Total	144.500	89			

a. Predictors: (Constant), FAKTOR_EKSTERNAL, FAKTOR_INTERNAL

b. Dependent Variable: PEMBIAYAAN_MUSYARAKAH

7. Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	6.761	1.796		3.764	.000			
faktor_internal	.400	.086	.442	4.628	.000	.548	.444	.400
faktor_eksternal	.141	.055	.247	2.589	.011	.436	.267	.224

a. Dependent Variable:
pembiayaan_musarakah

8. Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.350	.335	1.038

a. Predictors: (Constant), FAKTOR_EKSTERNAL,
FAKTOR_INTERNAL